



**TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN
PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA)
SERTA AKIBAT HUKUMNYA
DI BAKSO RADJA JEMBER**

***JURIDICAL REVIEW OF FRANCHISE AGREEMENT
AND LAW'S CONSEQUENCES IN
BAKSO RADJA JEMBER***

SKRIPSI

Asal: Hadiah
Pembelian
Terima Tgl: 20 JUNI 2007
No. Induk :
KLASIR / PENYALIN :

Klass
346.02
PRA
c

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Hukum

Oleh :

DODIK KUSUMA HADI PRAYITNO
NIM. 020710101096

**JURUSAN/BAGIAN HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS JEMBER**

2007

**TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN
PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA)
SERTA AKIBAT HUKUMNYA
DI BAKSO RADJA JEMBER**



**TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA
DI BAKSO RADJA JEMBER**

Oleh :

DODIK KUSUMA HADI PRAYITNO

NIM : 020710101096

Pembimbing :

HIDAJATI, S.H.

NIP : 130 781 336

Pembantu pembimbing :

IKARINI DANI W, S.H., M.H.

NIP : 132 164 568

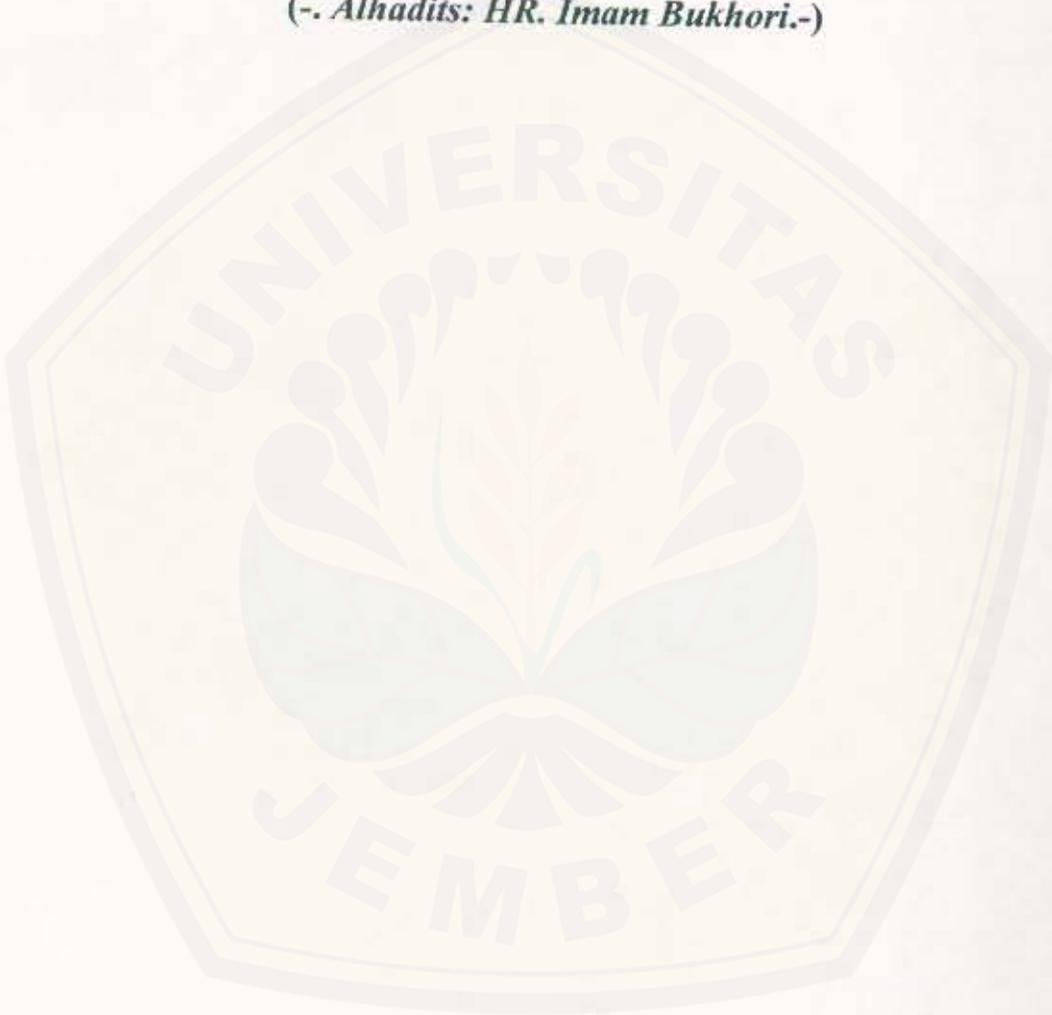
**JURUSAN/BAGIAN HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS JEMBER**

2007

MOTTO

**“ BEKERJALAH UNTUK DUNIAMU SEAKAN-AKAN KAMU HIDUP
SELAMANYA DAN BEKERJALAH UNTUK AKHIRATMU
SEAKAN-AKAN KAMU MATI BESOK ”.**

(-. Alhadits: HR. Imam Bukhori.-)



PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orangtuaku, Ayahanda Suprayitno dan Ibunda Musyarofah, atas cinta dan kasih sayangnya selama ini, pengayoman, kerja keras, perhatian, do'a yang tiada henti, bimbingan, tauladan, pengorbanan yang tak terhingga demi kesuksesan dan keberhasilanku.
2. Almamaterku tercinta, Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Bapak dan ibu Dosen yang kuhormati, terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
4. Adik-adik kecilku, Ayu Chandra dan Zahidah "ZaZa" Maqomam Mahmudah atas cinta kasih dan keceriaan yang telah diberikan.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DODIK KUSUMA HADI PRAYITNO

Nim : 020710101096

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA DI BAKSO RADJA JEMBER”** adalah karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Yang menyatakan,

DODIK KUSUMA HADI PRAYITNO.

NIM. 020710101096

PERSETUJUAN

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Senin

Tanggal : 30

Bulan : April

Tahun : 2007

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember.

PANITIA PENGUJI

KETUA


BASTIAN, S.H.

NIP.130 325 902

SEKRETARIS


EDI WAHJUNI, S.H., M.Hum

NIP. 132 304 777

ANGGOTA PANITIA PENGUJI

1. HIDAJAT I, S.H.

NIP. 130 781 336

2. IKARINI DANI W, S.H., M.H.

NIP. 132 164 568

PENGESAHAN

Disahkan skripsi dengan judul :

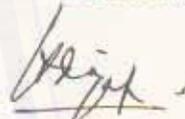
TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA DI BAKSO
RADJA JEMBER.

OLEH :

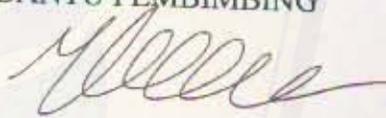
DODIK KUSUMA HADI PRAYITNO.
NIM. 020710101096

MENYETUJUI :

PEMBIMBING


HIDAJATI, S.H.
NIP. 130 781 336

PEMBANTU PEMBIMBING


IKARINI DANI W., S.H., M.H.
NIP. 132 164 568

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 yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil penulis selesaikan. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) di Fakultas Hukum Universitas Jember. Permasalahan yang penulis angkat dalam skripsi ini adalah mengenai **TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA DI BAKSO RADJA JEMBER.**

Dalam penulisan skripsi ini tidaklah sedikit penulis menerima bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu Hidajati, S.H. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan baik berupa petunjuk, saran, maupun kritik untuk penulisan skripsi ini.
2. Ibu Ikarini Dani W, S.H., M.H. selaku pembantu pembimbing yang telah memberikan saran-saran maupun kritik maupun pengarahan untuk penulisan skripsi ini dan juga selaku Sekretaris Jurusan Bagian Keperdataan.
3. Bapak Bastian, S.H. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan koreksi dan saran demi sempurnannya skripsi ini.
4. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum. selaku Sekretaris Penguji yang telah memberikan koreksi dan saran demi sempurnannya skripsi ini.
5. Bapak Kopong Paron Pius S.H., S.U selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember, Bapak Totok Sudaryanto, S.H., M.S. selaku Pembantu Dekan I, Bapak I Ketut Suandra, S.H. selaku Pembantu Dekan II, Bapak Ida Bagus Oka Ana. S.H., M.M selaku Pembantu Dekan III.
6. Bapak Mardi Handono, S.H, M.H., selaku Ketua Jurusan Bagian keperdataan.

7. Bapak Samsi Kusairi S.H, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan perhatian terhadap kelangsungan studi penulis selama ini.
 8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Univeristas Jember, atas dedikasinya dan bekal ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama ini.
 9. Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah membantu kelancaran penulis selama menyusun skripsi.
 10. Bapak Arif selaku pimpinan Bakso Radja Jember yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan keterangan guna kelancaran penyusunan skripsi ini.
 11. Adekku Dwi Veryst Shofiyanti, terima kasih telah mendampingiku selama ini, memberikan dorongan dengan penuh cinta, kasih sayang dan penuh kesabaran. *You're So Special*.
 12. Mbak Ririn terima kasih atas nasehat dan dorongannya selama ini.
 13. Sahabat-sahabatku, Sinyo, Beni, Shogel, Nuruddin, Tsalist, Dian, Dani, Rahmat, Rumadi, terima kasih atas dorongan dan kebersamaan kalian selama ini.
 14. *ALL MY BROTHER'S* di Jawa II No 25, Mr. Mamong, Aulia, Argik, Ghoist, Njul, Yayak, Ius, Mr.Adi, Bang Andra , Bang Andre, Adit, Ucok Baba, Erick, Andi, Andri, Yogi, Angga, Faris , Robit, terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan kalian. Juga Bapak dan Ibu Dani selaku tuan rumah, terima kasih atas kemurahan hatinya selama ini.
 15. Temen-temen di kampus, Erik H, Febrie, Pipit, Linda, Etik, Yossi, Mada, Ahong, Rizal, Manaf, serta teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya selama ini.
 16. Serta semua pihak yang telah banyak membantu baik moriil maupun spirituil bagi penyelesaian skripsi ini.
- Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dan menambah khasanah pengetahuan. Amiiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penulisan.....	5
1.4.1 Tujuan Umum.....	5
1.4.2 Tujuan Khusus.....	5
1.5 Metode Penulisan.....	6
1.5.1 Pendekatan Masalah.....	6
1.5.2 Sumber Bahan Hukum.....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum.....	7
1.5.4 Analisis Bahan Hukum.....	8
BAB II. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Fakta.....	9
2.2 Dasar Hukum.....	11
2.3 Landasan Teori.....	15
2.3.1 Sejarah Terbentuknya Waralaba.....	15

2.3.2 Perjanjian Franchise.....	18
2.3.3 Bentuk-Bentuk Franchise.....	28
BAB III. PEMBAHASAN	
3.1 Kedudukan Perjanjian <i>Franchise</i> dalam Hukum Perjanjian di Indonesia saat ini.....	34
3.2 Bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada pihak <i>Franchisee</i> dari tindakan sepihak <i>Franchisor</i>	39
3.3 Akibat hukum yang ditimbulkan dari adanya Perjanjian <i>Franchise</i> di Bakso Radja Jember.....	44
BAB IV. PENUTUP	
4.1 Kesimpulan.....	53
4.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
- Lampiran 2 :Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI. No. 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Lampiran 3 :Peraturan Menteri Perdagangan RI. No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Lampiran 4 :Surat Permohonan Konsultasi kepada Pimpinan Bakso Radja Jember.
- Lampiran 5 :Surat Keterangan telah melakukan konsultasi di Bakso Radja Jember.

RINGKASAN

Franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas dan memiliki ciri tersendiri sebagai pengenalan bisnis dibidang perdagangan dan jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan dari karyawan). *Franchise* juga merupakan sistem pemasaran barang dan jasa yang melibatkan dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Hubungan kerjasama tersebut tertuang dalam standart perjanjian kontrak antara kedua belah pihak. Bakso Radja yang merupakan salah satu bentuk *franchise* yang berkembang pada saat ini dan bergerak dibidang makanan siap saji atau berbentuk *fastfood restaurant* dengan produk Bakso Radja dan Es Radja. Setiap perjanjian yang dibuat para pihak adakalanya menimbulkan kesalahpahaman mengingat perjanjian tersebut yang membuat adalah *franchisor*, baik dari segi pelaksanaannya maupun mengenai pengertian atau interpelasi mengenai hal-hal yang diperjanjikan.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih jauh mengenai **“TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA DI BAKSO RADJA JEMBER”**. Permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah mengenai kedudukan perjanjian *franchise* dalam sistem atau tata hukum perjanjian di Indonesia, perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada seorang *franchisee* dari tindakan sepihak *franchisor*, dan akibat hukum yang ditimbulkan dari adanya perjanjian *franchise* di Bakso Radja Jember.

Salah satu tujuan penulisan ini secara umum adalah sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember, dan tujuan secara khusus adalah mengkaji dan menganalisa rumusan masalah. Metode penulisan yang digunakan adalah metode pendekatan undang-undang atau (*statute approach*). Sumber bahan hukum yang digunakan adalah sumber bahan hukum primer, sumber bahan hukum sekunder dan bahan-bahan non hukum. Metode pengumpulan bahan hukum menggunakan studi

undang-undang dan studi literatur. Salah satu langkah yang digunakan dalam analisis bahan hukum adalah mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu-isu hukum yang hendak dipecahkan.

Pengaturan tentang *franchise* atau waralaba di Indonesia terdapat 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 juga Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Dengan tidak meninggalkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku seperti KUH Perdata, UU No. 14 tahun 2001 tentang Paten dan UU No. 15 tahun 2001 tentang Merek yang kesemuanya saling melengkapi. Perjanjian *franchise* sendiri tidak diatur secara terperinci didalam hukum perjanjian di Indonesia, akan tetapi perjanjian *franchise* lahir dari adanya sifat terbuka pada buku III KUH Perdata dan pasal 1338 mengenai asas kebebasan berkontrak.

Didalam perjanjian *franchise* Bakso Radja menimbulkan suatu akibat hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Hak dan kewajiban tersebut harus dilaksanakan oleh para pihak sebagai wujud tanggung jawab dari adanya perjanjian *franchise* tersebut. Didalam pelaksanaan perjanjian *franchise* sering kali pihak *franchisor* berbuat seenaknya sehingga *franchisor* terkesan mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dari *franchisee*, padahal *franchisor* maupun *franchisee* adalah mitra dalam berusaha sehingga mempunyai kedudukan yang sama sehingga diperlukan adanya suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada *franchisee* dari tindakan sepihak *franchisor*.



1.1 Latar Belakang

Memasuki dunia yang semakin penuh dengan persaingan usaha, menuntut pengusaha untuk mampu membangkitkan usahanya. Biasanya cara yang sering dilakukan untuk mengembangkan usaha adalah membuka sendiri jaringan distribusi pemasaran. Akan tetapi ini membutuhkan biaya atau modal yang tidak sedikit. Padahal tidak semua pengusaha mempunyai dana yang cukup untuk pengembangan tersebut. Untuk mengatasi masalah dana yang sangat diperlukan dalam pengembangan usahanya, maka pengusaha - pengusaha memerlukan tambahan dana yang berasal dari luar perusahaan. Penambahan dana dapat diperoleh melalui perbankan dan pasar modal. Akan tetapi mengingat besarnya resiko yang dihadapi seperti tingginya tingkat likuiditas dan tidak mudahnya memasuki pasar modal untuk mendapatkan tambahan dana guna mengembangkan usaha, maka diperlukan suatu solusi salah satunya adalah melalui suatu bentuk kerjasama.

Salah satu bentuk kerja sama yang berkembang pesat di Indonesia pada saat ini dan menjadi tren modern adalah bentuk kerjasama dalam bidang usaha *fast food restaurant* yakni *Franchise*. Hal ini disebabkan karena *Franchise* merupakan usaha yang paling menguntungkan untuk mengembangkan dunia usaha. Disamping itu *Franchise* merupakan perbaikan dari sistem pengembangan usaha yang menggunakan cara penanaman modal secara langsung.

Dalam sistem *franchise* ini, akan terjadi penghematan biaya investasi yang seharusnya diperlukan untuk mendirikan dan memelihara jaringan distribusi yang luas. Penghematan ini karena jaringan distribusi akan terjadi dengan sendirinya dengan semakin banyaknya pembeli *franchise*. Disamping itu, *franchisor* juga akan mendapat royalti dari penjualan lisensi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan *franchise* dimungkinkan untuk memperluas usaha dan menambah penghasilan tanpa harus mengambil resiko investasi yang meluas. 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 yang besarnya telah ditetapkan oleh *franchisor*, tergantung pada penilaian *franchisor* terhadap unit-unit usaha yang dikembangkan oleh *franchisee*. (Salim, 2005:165).

Menurut Henry Campbell Black dalam Black's Law Dictionary *franchise* adalah :

Lisensi atau izin dari pemilik suatu merk atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa dibawah merk atau nama dagang dengan kata lain *franchise* dikembangkan dalam suatu perjanjian yang dirinci dimana pemegang *franchise* atau *franchisee* dalam menjalankan usahanya menyesuaikan dengan metode dan prosedur yang ditetapkan oleh pemberi *franchise* atau *franchisor*.(Campbell, 1990:658)

Pada dasarnya *franchise* merupakan suatu sistem dalam pemasaran barang dan jasa yang berkembang menjadi pemberian lisensi untuk menggunakan teknologi atau merek tertentu yang pada akhirnya menjadi sistem usaha yang melibatkan dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Pemilik nama dan teknologi disebut sebagai *franchisor*, sedangkan pemakainya disebut *franchisee*. Sistem ini merupakan suatu kiat untuk memperluas suatu 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).

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 bagi *franchisee* adalah dapat menikmati suatu bisnis teruji yang dimiliki oleh *franchisor*, yang dalam banyak hal dilengkapi dengan nama dagang yang sudah diterima oleh masyarakat.

Dari tahun ke tahun, bisnis waralaba di Indonesia memang terus meningkat. Dari hasil kajian AK and Partners (konsultan waralaba), pada periode tahun 1997-2003 pertumbuhan pewaralaba (*franchisor*) nasional/lokal rata-rata sebesar 17,13 persen. Indikasi ini sangat menggembirakan dan memberikan optimisme bahwa waralaba (*franchise*) nasional/lokal akan mampu terus tumbuh dan menguasai pangsa pasar domestik secara cukup signifikan. Sedangkan waralaba utama (*master franchiser*) penyandang merek dagang asing, selama periode yang sama (1997-2003), rata-rata pertumbuhannya masih turun 1,75 persen. Namun demikian, pada sisi lain dalam tahun 2000-2003 waralaba utama asing sebenarnya telah tumbuh rata-rata 9,7 persen/tahun. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat dan mendekati pertumbuhan pewaralaba nasional/lokal dalam tahun mendatang. Dengan catatan, apabila situasi politik dan keamanan tetap stabil. Menurut Amir Karamoy dari AK & Partners, pertumbuhan industri waralaba yang cukup pesat, semata-mata disebabkan oleh pasar, bukan intervensi pemerintah ataupun asosiasi waralaba. (<http://www.sinarharapan.co.id>)

Setelah terbukti mampu bertahan selama krisis moneter, bisnis waralaba kini semakin diminati masyarakat. Hal ini menjadi pemicu semangat sejumlah pengusaha waralaba mengikuti pameran *franchise* di Jakarta belum lama ini, untuk lebih mengembangkan usaha mereka. Sejumlah pengusaha percaya bisnis ini dapat mendatangkan keuntungan yang cukup besar dalam kurun waktu yang tidak terlalu lama, terutama sektor makanan dan pendidikan. Perkembangan bisnis waralaba juga terlihat dari semakin banyaknya jumlah pengusaha lokal yang tercatat pada Asosiasi *Franchise* Indonesia. Pada 2005 jumlahnya tercatat 129 dan hingga Juli 2006 telah meningkat menjadi 360 waralaba. Sedangkan pengusaha asing yang ikut berkecimpung dalam usaha ini tidak terlalu mengalami peningkatan dari 237 pengusaha pada 2005, kini menjadi 240 pengusaha. (www.liputan6.com).

Sejauh ini belum diketemukan adanya suatu perselisihan ataupun kesalahpahaman dalam suatu Perjanjian *Franchise*, baik itu dari segi pengertian, interpretasi hal yang di perjanjikan sampai pada segi pelaksanaannya. Perselisihan atau sengketa yang terjadi pada umumnya timbul karena salah satu pihak

melakukan *wanprestasi* atau sesuatu yang menyimpang dari isi perjanjian. Namun demikian untuk mengatasi masalah tersebut, pemerintah telah mengeluarkan perangkat hukum yang secara khusus mengatur tentang *Franchise*, yang terdapat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang WARALABA (*franchise*) yang di tetapkan di Jakarta pada tanggal 18 Juni 1997, 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 dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Disamping itu perlindungan yang dilakukan sebelum dikeluarkan Peraturan Pemerintah dan masih digunakan sampai saat ini adalah Buku III KUH Perdata yang menganut sistem terbuka, artinya memberi kebebasan kepada setiap orang untuk mengadakan suatu perjanjian yang berisi apapun asalkan tidak bertentangan dengan Undang-Undang, Ketertiban Umum, dan Kesusilaan sebagaimana tertulis pada pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata. Berdasarkan alasan diatas penulis mencoba membahas masalah ini dari segi hukum yang kemudian dituangkan kedalam bentuk skripsi dengan judul **“Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Franchise (Waralaba) Serta Akibat Hukumnya Di Bakso Radja Jember”**

1.2 Ruang Lingkup .

Sesuai dengan judul penulisan skripsi ini, maka perlu diuraikan mengenai batasan ruang lingkup materi yang di bahas. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya suatu penafsiran yang menyimpang dari pokok permasalahan dan menghindari terjadinya pengembangan yang terlalu luas, sehingga tujuan dan maksud penulisan skripsi ini tetap terjaga. Ruang lingkup dari skripsi ini adalah mengenai pelaksanaan perjanjian *Franchise* (waralaba) serta akibat hukumnya di Bakso Radja Jember.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah kedudukan Perjanjian *Franchise* dalam Hukum Perjanjian di Indonesia ?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada pihak *Franchisee* dari tindakan sepihak *Franchisor* ?
3. Apakah akibat hukum yang ditimbulkan dari adanya Perjanjian *Franchise* di Bakso Radja Jember ?

1.4 Tujuan Penulisan

Setiap penulisan yang bersifat ilmiah haruslah memiliki tujuan tertentu. Seperti halnya dalam pembuatan skripsi ini ada dua tujuan yang hendak dicapai. Tujuan tersebut terdiri atas tujuan umum dan tujuan khusus.

1.4.1 Tujuan Umum.

Tujuan Umum penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk melengkapi dan memenuhi tugas sebagai persyaratan yang telah ditentukan guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk menambah wawasan dan Ilmu Pengetahuan di bidang Ilmu Hukum.
3. Untuk menambah pengalaman dan memberikan sumbangan pemikiran dalam mengimplementasikan Ilmu Hukum yang telah diperoleh dalam kehidupan bermasyarakat.

1.4.2 Tujuan Khusus.

Tujuan yang hendak di capai adalah :

1. Untuk mengetahui kedudukan Perjanjian *Franchise* dalam Hukum Perjanjian di Indonesia pada saat ini.
2. Untuk mengetahui bentuk – bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada pihak *franchisee* dari tindakan sepihak *franchisor*.
3. Untuk mengetahui akibat hukum yang timbul dari adanya Perjanjian *Franchise* di Bakso Radja Jember.

1.5 Metode penulisan

Metodologi sangat diperlukan dalam penulisan/penyusunan karya tulis yang bersifat ilmiah, agar pengkajian dan penganalisaan terhadap obyek studi dapat dilakukan dengan benar dan optimal, serta mendekati nilai kebenaran yang maksimal. Metode penulisan merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan suatu penelitian hukum yaitu sebagai suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu yang dihadapi. (Marzuki, 2005:35)

1.5.1 Metode Pendekatan Masalah

Dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, penulis akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai fakta yang akan dibahas lebih terperinci. Adapun dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode Pendekatan Undang-Undang (*statute approach*), yaitu dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu atau fakta hukum yang sedang ditangani dan dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok bahasan. (Marzuki, 2005: 93).

1.5.2 Sumber Bahan Hukum.

Sumber bahan hukum merupakan alat suatu penelitian yang dipergunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan dua sumber bahan hukum, yaitu :

a. Bahan Hukum Primer.

Bahan Hukum Primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri atas perundang-undangan, catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim. (Marzuki, 2005:141). Dalam penulisan skripsi ini bahan hukum yang digunakan berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Peraturan Pemerintah No.16 tahun 1997 tentang Waralaba, serta didukung dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia No.

259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

b. Bahan Hukum Sekunder.

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. (Marzuki, 2005:143)

c. Bahan Non Hukum.

Di dalam penelitian hukum, untuk keperluan akademis bahan-bahan non hukum dapat membantu. Salah satu bahan non hukum adalah wawancara dan internet. Hasil wawancara dengan pejabat yang paling punya kewenanganpun bukan merupakan bahan hukum primer, karena hasil wawancara itu tidak bersifat autoritatif. Akan tetapi hasil wawancara tersebut dapat dimasukan sebagai bahan non hukum. Internet merupakan media pengumpulan bahan non hukum yang dilakukan dengan jalan mengakses situs-situs yang ada di internet dan berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. (Marzuki, 2005:165). Oleh karena itu, penulis menggunakan wawancara dan internet sebagai bahan non hukum untuk memperoleh keterangan dalam memecahkan permasalahan yang ada.

1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum.

Metode pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah studi Undang-Undang dan studi Literatur.

a. Studi Undang-Undang.

Metode pengumpulan bahan hukum dengan cara mempelajari, menelaah dan mengkaji suatu perundang-undangan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba disamping beberapa Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan yang mengatur

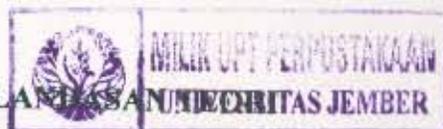
tentang pelaksanaan waralaba di Indonesia yaitu, Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

b. Studi Literatur

Metode pengumpulan bahan hukum dengan cara studi literatur yaitu menggali sumber-sumber bahan hukum dengan membaca, mengutip, mempelajari, menganalisa data yang berupa literatur dan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mendapatkan bahan hukum yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

1.5.4 Analisis Bahan Hukum

Metode analisis bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah analisis secara deskriptif kualitatif, yaitu cara untuk memperoleh gambaran singkat suatu masalah yang didasarkan atas suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan, pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum, melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan, menarik kesimpulan dan memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah di bangun dalam kesimpulan. (Marzuki, 2005:171).



BAB II. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN

2.1 Fakta

Franchise atau waralaba bukanlah suatu industri yang baru dikenal, meskipun legalitas yuridisnya baru dikenal di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Waralaba sebagai suatu bentuk pengembangan usaha 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. Hal ini mendapat perhatian dari Warren J. Keegan yang mengatakan bahwa *franchise* merupakan salah satu dari cara pengembangan usaha disamping perdagangan ekspor-import, pemberian lisensi, *joint venture* dan investasi secara langsung. (Gunawan, 2003:1)

Sebagaimana diketahui bahwa pada saat ini bisnis *franchise* mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia, mulai dari *franchise* ritel, jasa dan yang paling banyak adalah *franchise* untuk jenis *restaurant fast food* salah satu diantaranya adalah Bakso Radja yang pemiliknya berada di Kediri, dan dibawah kepemilikan sah dari CV. Bakso Radja yang di pimpin oleh Bpk. Setyohadi. Bakso Radja berdiri pada sekitar awal tahun 2005 sehingga masih tergolong baru dalam bisnis *franchise* di Indonesia. Walaupun masih tergolong baru dalam dunia bisnis *franchise* di Indonesia akan tetapi, Bakso Radja tetap mempergunakan standart nasional dan secara profesional dalam pengelolaan bisnisnya sehingga nantinya bisa berkembang lebih besar lagi. Bakso Radja, pada awal mula berdirinya bertujuan untuk menciptakan suatu jenis makanan atau masakan yang

tidak terlalu asing dan mudah diterima dalam kalangan masyarakat Indonesia. Dipilihnya bakso sebagai jenis makanan *fast food*, karena disamping bisa dinikmati oleh berbagai macam golongan baik dari tua, muda, maupun dewasa sampai pada anak-anak, juga harga yang tidak terlalu mahal sehingga dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Franchise pada dasarnya mengandalkan kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralabanya melalui tata cara, proses, dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha *franchisor*. Mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari *franchisor*, baik dalam bentuk logo, penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, rahasia dagang dsb. *Franchisor* selanjutnya memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual mereka oleh *franchisee*.

Bakso Radja merupakan suatu bentuk usaha *franchise* lokal yang telah memiliki nama dan cukup terkenal di masyarakat. Dalam mengembangkan usahanya Bakso Radja menggunakan kontrak standart perjanjian *franchise* bagi para pihak yang berminat menjadi *franchisee*. Namun standart perjanjian tersebut tidak bersifat baku, artinya masih diberi kesempatan kepada *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*).

Sampai saat ini, Bakso Radja telah mengembangkan usahanya dengan mengadakan perjanjian *franchise* dengan beberapa orang *franchisee* yang berada di daerah Jawa Timur, salah satunya adalah Bakso Radja Jember disamping pemegang *franchise (franchisee)* Bakso Radja lainnya seperti Kediri, Blitar, Tulungagung dan lainnya. Bakso Radja Jember, merupakan salah satu penerima hak *franchise* yang memiliki hak untuk membuka restoran dengan merek Bakso Radja yang dikelola dengan cara menghidangkan makanan dan minuman yang disiapkan dan diolah dengan resep dan bumbu yang telah dikenal dengan nama Bakso Radja. Untuk sementara, saat ini daerah atau wilayah pemasaran Bakso

menutup kemungkinan akan melakukan ekspansi wilayah atau pengembangan usaha ke daerah lainnya.

Walaupun pengaturan mengenai waralaba telah diatur dalam Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, namun tidak menutup kemungkinan terjadinya permasalahan yang timbul berkenaan dengan hal tersebut. Oleh karena itu harus digambarkan secara jelas mengenai kedudukan, tanggung jawab, perlindungan hukum serta akibat hukum perjanjian *franchise*.

2.2 Dasar Hukum

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

a. Pasal 1313.

Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

b. Pasal 1320

Syarat sahnya suatu perjanjian adalah :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

c. Pasal 1338

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

2. Peraturan pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba.**a. Pasal 1 angka (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 atau jasa.

b. Pasal 1 angka (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.

c. Pasal 1 angka (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.

d. 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.

3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.**a. Pasal 1 angka (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 atau jasa.

b. Pasal 1 angka (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.

c. Pasal 1 angka (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.

d. Pasal 1 angka (9)

Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang selanjutnya disingkat dengan STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam keputusan ini.

e. 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.

f. Pasal 7

1. Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula mengenai :
 - a. Nama, alamat dan tempat kedudukan masing-masing pihak.
 - b. Nama dan jabatan pihak yang berwenang menandatangani perjanjian.
 - c. Nama dan jenis Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usahanya.
 - 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.
 - g. Cara penyelesaian perselisihan.
 - h. Ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian.
 - i. Ganti rugi dalam hal 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.

4. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

a. Pasal 1 angka (1)

Waralaba adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

b. Pasal 1 angka (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.

c. Pasal 1 angka (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.

d. Pasal 1 angka (4)

Penerima Waralaba Utama (*Master Franchise*) adalah penerima waralaba yang melaksanakan hak membuat perjanjian waralaba lanjutan yang diperoleh dari pemberi waralaba dan berbentuk perusahaan nasional.

5. Undang-Undang RI No. 14 tahun 2001 tentang Paten

a. Pasal 1 angka (1).

Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada *Inventor* atas hasil Invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri Invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

b.Pasal 1 angka (6)

Pemegang Paten adalah *Inventor* sebagai pemilik Paten atau pihak yang menerima hak tersebut dari pemilik Paten atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak tersebut, yang terdaftar dalam Daftar Umum Paten.

c.Pasal 1 angka (13)

Lisensi adalah izin yang diberikan oleh Pemegang Paten kepada pihak lain berdasarkan perjanjian pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Paten yang diberi perlindungan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.

6. Undang-Undang RI No.15 tahun 2001 tentang Merek**a.Pasal 1 angka (1).**

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

b.Pasal 1 angka (2).

Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya

2.3 Landasan Teori**2.3.1 Sejarah Terbentuknya *Franchise***

Asal konsep waralaba dimulai pada tahun 200 SM, ketika seorang pengusaha Cina memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu. Namun demikian, konsep waralaba produk seperti yang dikenal saat ini dimulai pada tahun 1863 oleh perusahaan mesin jahit Singer di Amerika. Sukses sistem distribusi Singer selanjutnya diikuti oleh Coca-Cola. Coca-Cola menjual waralaba pertamanya tahun 1899. Kemudian diikuti oleh dealer mobil dan minyak pada tahun 1910. Pertumbuhan waralaba yang sebenarnya atau dikenal dengan waralaba format bisnis baru terjadi pada akhir era 1950-an. Sampai tahun 1998, cara pendistribusian dengan waralaba

diperkirakan mencapai lebih dari 50% total penjualan eceran di Amerika Serikat. Sukses format waralaba juga terjadi di negara-negara maju lainnya seperti: Kanada, Inggris, Jerman, dan Jepang. Negara-negara berkembang seperti Meksiko, Indonesia, dan Malaysia juga mendapatkan bahwa waralaba adalah cara yang efektif untuk menciptakan bisnis baru dan meningkatkan kesempatan lapangan kerja. (<http://www.sya/franchise-indonesia.com>).

Lembaga *franchise*, dikenal di Amerika Serikat ketika perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil untuk mendistribusikan bir produk pabrik yang bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. *Franchise* pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor. Zaman *franchise* modern baru dimulai pada akhir tahun 1940 an dan awal tahun 1950 an. Hal ini terlihat dari berkembangnya Mc Donald's (1955), KFC (1952), Carvel Ice Cream (1945), Jhon Robert Power (1955), dsb. Sejak tahun 1972 sampai tahun 1988 usaha *franchise* mengalami peningkatan yang sangat besar di USA, hal ini tampak dari banyaknya usaha *franchise* yang berkembang di Negara tersebut. Jumlah unit usaha *franchise* yang berkembang di USA sebanyak 368.458 unit usaha. (Salim, 2005:167)

Walaupun *Franchise* dipopulerkan di negara Amerika Serikat, namun asal mula kata *Franchise* berawal dari Eropa, yaitu Perancis dan Inggris. Kata *Franchise* sendiri bermakna "kebebasan" (*Freedom*). Di masa itu, bangsawan diberikan wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah pada daerah-daerah tertentu. Pada daerah tersebut, sang bangsawan dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak/upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti, seperti layaknya bentuk *franchise* saat ini.

Di Amerika Serikat sendiri, *Franchise* mengalami booming pada tahun 60-70an setelah berakhirnya Perang Dunia ke-2. Pada saat itu, banyak terjadi praktek penipuan bisnis yang mengaku sebagai *Franchise*, salah satunya dengan cara menjual sistem bisnis *Franchise* yang ternyata belum teruji keberhasilannya di lapangan. Selain itu, *Franchisor* pun lebih fokus untuk menjual *Franchise* milik mereka dibandingkan membangun dan menyempurnakan sistem bisnis *Franchisena*. Banyak investor baru yang gagal oleh modus seperti ini, hal ini

menjadi salah satu pendorong terbentuknya IFA (*International Franchise Association*) pada tahun 1960.

Salah satu tujuan didirikannya IFA adalah untuk menciptakan iklim industri bisnis *Franchise* yang dapat dipercaya, oleh karenanya IFA menciptakan kode etik *Franchise* sebagai pedoman bagi anggota-anggotanya. Walau begitu, kode etik *Franchise* masih perlu didukung oleh perangkat hukum agar dapat memastikan tiap-tiap pihak dalam industri ini terlindungi. Pada tahun 1978, *Federal Trade Commission* (FTC) mengeluarkan peraturan yang mewajibkan setiap *Franchisor* yang akan memberikan penawaran peluang waralaba kepada publik untuk memiliki UFOC (*Uniform Franchise Offering Circular*). UFOC adalah dokumen yang berisi informasi lengkap mengenai peluang bisnis *Franchise* yang ditawarkan, seperti: sejarah bisnis, pengelola, hal yang berkaitan dengan hukum, prakiraan investasi, deskripsi konsep bisnis, dan salinan dari perjanjian *Franchise*. Selain itu daftar nama, alamat dan nomor telepon dari pemilik *Franchise* adalah informasi yang diwajibkan. (www.waralaba.com)

Di Amerika Serikat, waralaba telah dipilih sebagai alternatif menjalankan usaha favorit dalam industri retail, karena terbukti memiliki peluang keberhasilan lebih tinggi dibandingkan format bisnis biasa. Sebagai perbandingan, format bisnis biasa memiliki peluang sukses 35-45 %, sedangkan peluang sukses perusahaan waralaba mencapai 85 – 90 %. Tak heran jika waralaba digambarkan sebagai cerita keberhasilan era 1990-an, dan dijuluki sebagai “The Great Inventions of Capitalism”. Pada tahun 1992, 558.000 usaha waralaba mewarnai daratan Amerika atau 1/12 dari total usaha yang ada. Tahun 2000 yang lalu diperkirakan penjualan sektor waralaba mencapai US\$ 1 trillion atau 50% dari total penjualan di sektor retail. Lebih dari 8 juta orang mendapat nafkah dari usaha waralaba. Sekitar 170.000 pekerjaan baru di sektor waralaba tercipta pertahunnya. Dengan perhitungan bahwa satu waralaba buka setiap 8 menit, waralaba benar-benar merupakan cerita keberhasilan era 1990-an (www.franchise.org).

Di Indonesia, kata “*Franchise*” ditranslasikan sebagai “Waralaba” (wara=lebih; laba=untung), jadi waralaba berarti “Lebih Untung”. Pertumbuhan *Franchise* di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 80-

90an. KFC, McDonalds, Burger King, Wendys adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya *Franchise* di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bertumbuhan pada masa itu, salah satunya adalah yang termasuk pelopor waralaba lokal yaitu Es Teler 77.

Pada tahun 1991 berdiri Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) sebagai wadah yang menaungi pewaralaba dan terwaralaba. Diharapkan dengan berdirinya AFI ini dapat tercipta industri waralaba yang kuat dan dapat menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang berbasiskan usaha kecil dan menengah. Tujuan dari berdirinya Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI), adalah :

1. Menumbuhkan kode etik antar anggota.
2. Mempersatukan *Franchisor*, *Franchisee* dan *master Franchise* di Indonesia
3. Membina perkembangan dan kemajuan usaha *Franchising* secara profesional.
4. Mengusahakan adanya tertib dalam mendirikan usaha *Franchise*.
5. Menggali potensi usaha *franchising* dengan terutama mengembangkan usaha menengah dan kecil.
6. Membantu Pemerintah dan meninjau kembali secara berkala peraturan-peraturan yang mengatur semua usaha *franchising* di Indonesia.
7. Mengadakan kerjasama dengan badan dan organisasi yang mempunyai tujuan dan usaha yang sejajar, baik ada di dalam maupun di luar negeri.
8. Mengusahakan iklim usaha yang sehat dan mengarah pada praktek dagang yang baik. (www.afi.com)

2.3.2 Perjanjian *Franchise*

Pada dasarnya suatu waralaba adalah suatu bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba yang dapat terwujud dalam bentuk :

1. hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu.

2. hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pembeli waralaba. (Widjaja, 2005:75)

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

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 suatu perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya.

- d. Suatu sebab yang halal.

Sebab yang halal ini dimaksudkan tidak lain isi perjanjian itu tidak boleh bertentangan dengan undang-undang atau bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum. (Sumardi,1995:39)

Keempat syarat sahnya suatu perjanjian tersebut, digolongkan kedalam dua unsur pokok yang menyangkut subyek (pihak) yang mengadakan perjanjian (syarat subyektif) dan yang berhubungan langsung dengan obyek perjanjian (syarat obyektif). Syarat subyektif mencakup adanya unsur kesepakatan secara bebas dari para pihak yang berjanji dan kecakapan dari pihak yang melaksanakan

perjanjian. Sedangkan syarat obyektif meliputi keberadaan obyek yang diperjanjikan, dan obyek tersebut haruslah sesuatu yang diperkenankan menurut hukum. Tidak terpenuhinya salah satu syarat dari keempat syarat tersebut menyebabkan cacat dalam suatu perjanjian, dan perjanjian tersebut diancam dengan kebatalan baik dalam bentuk dapat dibatalkan (jika terdapat pelanggaran terhadap syarat subyektif) maupun batal demi hukum (dalam hal tidak terpenuhinya syarat obyektif).

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 Widjaja terdapat empat asas dalam suatu perjanjian yaitu :

- 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.
- b. Asas konsensualitas
Asas konsensualitas merupakan penjabaran dari sistem terbuka buku III KUH Perdata. Dengan sistem terbuka tersebut, hukum perjanjian memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada para pihak untuk membuat perjanjian yang akan mengikat mereka sebagai undang-undang, selama dan sepanjang dapat dicapai kesepakatan oleh para pihak.
- c. Asas personalia.
Asas personalia dapat kita temui dalam rumusan pasal 1315 KUH Perdata, yang dipertegas lagi dengan ketentuan pasal 1340 KUH Perdata. Pada dasarnya perjanjian hanya akan melahirkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban diantara para pihak yang membuatnya. Pada dasarnya seseorang tidak dapat mengikatkan dirinya untuk kepentingan maupun kerugian pihak ketiga, kecuali dalam hal terjadinya peristiwa penanggungan. Ini berarti perjanjian yang dibuat oleh para pihak tersebut, demi hukum hanya akan mengikat para pihak yang membuatnya.
- d. Asas itikad baik
Asas itikad baik dapat kita temukan dalam rumusan pasal 1338 KUH Perdata. Ketentuan ini pada dasarnya merupakan penegasan lebih lanjut, sebagai pelaksanaan dari suatu perjanjian yang telah dibuat secara sah. Terpenuhinya syarat sahnya perjanjian tidak dengan begitu saja menghilangkan hak dari salah satu pihak dalam perjanjian untuk tetap meminta pembatalan dalam hal perjanjian telah dilaksanakan tidak dengan itikad baik oleh pihak lainnya dalam perjanjian. (Widjaja, 2003:83)

Disamping keempat asas tersebut terdapat beberapa asas yang ada dalam suatu perjanjian yaitu :

a. Asas pacta sunt servanda

Asas kekuatan mengikat atau sering disebut dengan asas pacta sunt servanda dapat disimpulkan dari pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata yang menegaskan bahwa "semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Konsekuensi dari asas ini adalah, bahwa sejak dipenuhinya syarat sahnya perjanjian, maka sejak saat itu pula perjanjian tersebut mengikat bagi para pihak. Mengikat sebagai undang-undang berarti pelanggaran terhadap perjanjian tersebut berakibat hukum sama dengan melanggar undang-undang.

b. 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 akan dilaksanakan. Suatu perjanjian apabila isinya dirasakan kurang patut atau bertentangan dengan apa yang menjadi kebiasaan masyarakat, maka dapat mengakibatkan batalnya perjanjian tersebut. Karena itu, baik kepatutan maupun kebiasaan sifatnya juga mengikat. Hal ini sesuai dengan makna yang terkandung dalam pasal 1339 KUH Perdata yang menegaskan bahwa perjanjian tidak hanya mengikat terhadap hal-hal yang diatur secara tegas didalamnya, tetapi juga terhadap hal-hal yang menurut sifatnya diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang. (Subekti, 1991:30).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba atau *franchise*, bahwa yang dimaksud dengan waralaba adalah :

Perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk 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 atau jasa. (pasal 1 angka 1).

Menurut Amir Karamoy, waralaba adalah :

Suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fee*) kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi/waralaba. (www.waralaba.com).

Sedangkan menurut Peraturan Menteri No.12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, bahwa yang dimaksud dengan waralaba adalah :

Perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba. (Pasal 1 angka 1).

Roosseno (1991:1), mendefinisikan *franchise* adalah sebagai berikut :

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), rencana pemasaran dan bantuan operasional.

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

Menurut *International Franchise Association (IFA)*, *Franchise* atau Waralaba pada hakekatnya memiliki 3 elemen berikut: Merek, Sistem Bisnis, & Biaya (*Fees*) :

1. Merek

Dalam setiap perjanjian Waralaba, sang Pewaralaba (*Franchisor*) selaku pemilik dari Sistem Waralabanya memberikan lisensi kepada Terwaralaba (*Franchisee*) untuk dapat menggunakan Merek Dagang / Jasa dan logo yang dimiliki oleh Pewaralaba.

2. Sistem bisnis

Keberhasilan dari suatu organisasi Waralaba tergantung dari penerapan Sistem/Metode Bisnis yang sama antara Pewaralaba dan Terwaralaba. Sistem bisnis tersebut berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, dan kebijakan dagang, dll.

3. Biaya (*Fees*)

Dalam setiap format bisnis Waralaba, sang Pewaralaba baik secara langsung atau tidak langsung menarik pembayaran dari Terwaralaba atas penggunaan merek dan atas partisipasi dalam sistem Waralaba yang dijalankan. Biaya biasanya terdiri atas Biaya Awal, Biaya Royalti, Biaya Jasa, Biaya Lisensi dan atau Biaya Pemasaran bersama. Biaya lainnya juga dapat berupa biaya atas jasa yang diberikan kepada Terwaralaba (mis: biaya manajemen). (www.Franchise.org).

Dalam perjanjian *franchise* sendiri dikenal ada beberapa pihak yang terlibat dalam perjanjian *franchise* tersebut, diantaranya adalah :

1. *Franchisor*

adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

2. *Franchisee*

adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

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

Perjanjian *Franchise* merupakan 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/service) dalam waktu dan tempat tertentu dibawah pengawasan *franchisor*, sedangkan kewajiban yang harus dilakukan oleh *franchisee* adalah membayar sejumlah uang tertentu (royalty) atas hak yang diperolehnya. (Sumardi, 1995:44).

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

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. Dalam perjanjian *franchise* perlu pula memperhatikan secara seksama mengenai partner. Partner disini maksudnya 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 seluruh sistem yang telah ditentukan oleh *franchisor*.

Perlu pula diperhatikan mengenai hubungan dengan para pihak, serta segi komersil sebab *franchise* pada dasarnya adalah hubungan bisnis(dalam hal ini segi pembagian keuntungan atau segi pembayaran *franchisee* kepada *franchisor* harus diatur secara jelas agar tidak menimbulkan masalah dikemudian hari).Hal lain yang tidak luput dari perhatian adalah dengan memperhatikan teknik operasional yang dimungkinkan apabila dalam perjanjian standart masih kurang lengkap, maka bisa dibuat perjanjian tambahan sebagai pedoman dalam pengoperasian *franchise* serta masalahantisipasi akan datang seperti bubarnya *franchise*, 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 diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* sesuai dengan kesepakatan bersama.

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

Pembayaran-pembayaran yang dimaksud adalah :

- a. Pembayaran awal yang dilakukan setelah *franchisor* dan *franchisee* sepakat atas isi perjanjian. Pembayaran ini digunakan untuk biaya pemilihan lokasi dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan sampai mulai beroperasinya bidang usaha tersebut.
- b. Pembayaran selama berlangsungnya *franchise*, meliputi pembayaran royalty, pembagian kelebihan harga yang telah ditetapkan oleh *franchisor* sebagai harga standar, biaya promosi.
- c. Pembayaran atas pengoperan hak *franchise* kepada pihak ketiga, yaitu bahwa *franchisee* berhak mengalihkan hak pemegang *franchisenya* kepada calon *franchise* yang lain atas seizin *franchisor*, dalam hal ini *franchisor* mendapatkan bagian tertentu dari *franchisee*.
- d. Pembayaran penyediaan bahan baku, dilakukan karena *franchisor* berhak memasok bahan baku yang bermutu sesuai dengan kualitas standart.

Rooseno (1993:20), menjelaskan mengenai bentuk pembayaran yang harus dilakukan :

1. uang *franchise* awal.

Uang *franchise* awal adalah jumlah yang harus dibayarkan kepada *franchisor* pada saat hubungan atau perjanjian terjadi. Jumlah itu dapat dibayar sekaligus, atau diangsur dalam jangka waktu tertentu.

2. royalty

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

3. uang lain.

Selain dari uang *franchise* awal dan uang royalty perlu juga dipertimbangkan biaya dan ongkos-ongkos yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor* selama perjanjian kerja sama berlangsung, diantaranya adalah biaya pelatihan, biaya pengembangan atau opsi, biaya iklan, biaya pembaharuan, biaya transfer, dan biaya audit.

Unsur kesepakatan merupakan unsur mutlak untuk sahnya suatu perjanjian yang telah ditegaskan dalam pasal 1320 KUH Perdata. Hukum perjanjian Indonesia yang menganut asas konsensualitas, yang berarti perjanjian lahir sejak tercapainya kata sepakat diantara pihak calon *franchisor* dan calon *franchisee*. Dengan kata lain, perjanjian *franchise* sudah sah apabila sudah ada kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal pokok, walaupun belum atau tidak diikuti dengan suatu perbuatan formal.

Perjanjian *franchise* merupakan salah satu bentuk perjanjian yang terdapat diluar KUH Perdata atau biasa disebut dengan kontrak *innominaat* atau masuk dalam bentuk perjanjian tak bernama. Timbulnya kontrak ini, karena adanya asas kebebasan berkontrak sebagaimana tercantum dalam pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata. Diluar perjanjian *franchise* masih banyak terdapat bentuk dan jenis kontrak ataupun perjanjian yang berada diluar KUH Perdata, diantaranya perjanjian *leasing*, kontrak karya, perjanjian beli-sewa, kontrak *production sharing*, *joint venture* dll. Kontrak *innominaat* merupakan kontrak yang timbul, tumbuh dan berkembang didalam masyarakat. Kontrak *innominaat* bersifat khusus artinya, bahwa kontrak-kontrak *innominaat* berlaku terhadap peraturan yang bersifat khusus, sebagaimana yang tercantum dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang mengaturnya. Kontrak atau perjanjian ini telah

dilaksanakan di Indonesia. Dari aspek atau segi pengaturannya, kontrak ini dapat digolongkan menjadi 3 macam :

1. kontrak *innominaat* yang telah diatur secara khusus dan dituangkan dalam bentuk undang-undang dan atau telah diatur dalam pasal-pasal tersendiri.
2. kontrak *innominaat* yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah.
3. kontrak *innominat* yang belum ada undang-undangnya di Indonesia. (Salim, 2005:4)

Masa berlakunya perjanjian *franchise* adalah selama pemegang *franchise* (*franchisee*) boleh menggunakan lisensi atau sistem yang akan di-*franchise*-kan. Pembelian suatu *franchise* tidak memberi hak kepada pemegang *franchise* untuk menggunakan sistem *franchise* dan merek dagang secara terus menerus. Oleh karena itu, lebih tepat bila pembelian sistem *franchise* disebut sebagai "sewa" yang dilakukan oleh *franchisee* terhadap sistem dan tanda dagang milik *franchisor*. Jangka waktu perjanjian *franchise* yang diperjanjikan di Indonesia adalah antara 5 sampai 10 tahun, dengan kemungkinan perpanjangan. Namun demikian dalam praktek, *franchisor* dapat membatalkan perjanjian lebih awal apabila apabila *franchisee* tidak dapat memenuhi kewajibanya.

Dengan adanya ketentuan yang mengatur tentang masa berlakunya perjanjian dengan kesempatan untuk memperpanjang atau memperbaharui perjanjian, maka pihak *franchisor* dan *franchisee* lebih merasa aman. Hal ini menyangkut aspek keamanan modal yang telah diinvestasikan oleh pihak *franchisee* serta kemungkinan keuntungan yang lebih besar bagi *franchisor* dari hubungan bisnis *franchise* ini. Dengan adanya kemungkinan untuk memperpanjang atau memperbaharui perjanjian, maka terbuka pula kemungkinan bagi kedua belah pihak untuk dapat menikmati keuntungan yang lebih besar lagi di masa-masa yang akan datang.

Suatu kontrak waralaba berakhir apabila jangka waktu kontrak telah habis. Disamping itu kontrak waralaba dapat berakhir pula apabila disebabkan adanya *default* (*ingkar janji*) dari salah satu pihak yang mengadakan persetujuan. Ada beberapa hal yang dapat dijadikan alasan untuk mengakhiri kontrak yaitu :

1. *franchisee* dalam keadaan tidak mampu membayar.
2. oleh hakim dinyatakan bangkrut.
3. adanya suatu permohonan kepailitan yang diminta oleh *franchisee*
4. hak milik *franchisee* diambil oleh seseorang dan tidak dipulihkan.

Jika terjadi salah satu peristiwa tersebut diatas, *franchisee* akan dianggap lalai dan semua hak akan berakhir. Apabila *franchisee* lalai terhadap syarat-syarat kontrak tersebut dan kelalaian tersebut tidak dipulihkan dalam jangka waktu 10 hari setelah penerimaan pemberitahuan tertulis disamping penyelesaian-penyelesaian lain menurut hukum, maka *franchisor* boleh serta merta menghentikan kontrak.

Dalam hal *franchisee* lalai selama 12 bulan setelah kelalaian yang pertama dan telah diberitahukan kepada pihak *franchisee* yang bersangkutan secara tertulis untuk perbaikan tentang kesalahan-kesalahan yang terdahulu, kontrak ini dapat dihentikan tanpa pemberitahuan oleh *franchisor* apabila terjadi kesalahan-kesalahan selanjutnya. Seorang *franchisee* menurut kontrak dianggap lalai apabila :

1. gagal/menolak/melalaikan pembayaran dengan segera kepada *franchisor* royalty yang telah ditentukan.
2. gagal untuk menyampaikan laporan-laporan atau data keuangan yang diminta oleh *franchisor*.
3. gagal memenuhi persyaratan yang dibebankan kepada *franchisee*, didalam sistem operasi manual/memorandum operasional yang diterbitkan oleh *franchisor* / *franchisee* telah mempergunakan itikad tidak baik dalam melaksanakan syarat-syarat waralaba. (Syahmin, 2006:170)

2.3.3 Bentuk-Bentuk *Franchise*

Menurut Fuady, (1997:155), bahwa dalam perjanjian *franchise* terdapat berbagai macam bentuk *franchise* yang dapat digolongkan menurut kriterianya masing-masing, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Kriteria negara asal *franchise*.

Menurut kriteria ini *franchise* dibedakan menjadi dua yakni, *Franchise domestik* dan *Franchise internasional*. *Franchise domestik* merupakan jaringan bisnis *franchise* dimana outletnya hanya berada didalam negeri saja, tanpa ada pihak *franchisor* maupun pihak *franchisee* yang berasal dari luar negeri. Sedangkan yang dimaksud dengan *franchise internasional* adalah suatu bentuk *franchise* dimana salah satu pihak (biasanya *franchisor*) berada/berasal dari luar negeri. Banyak contoh keberhasilan *franchise internasional* ini, seperti KFC, Mc Donald dsb.

2. Kriteria jenis produk *franchise*

Menurut kriteria ini maka pembagian *franchise* dilakukan dalam dua bentuk yaitu, *franchise perdagangan barang* dan *franchise perdagangan jasa*. *Franchise perdagangan barang* berobyekkan bisnis yang berhubungan dengan barang-barang komoditi. Jadi obyeknya adalah barang yang berwujud (riil). Sedangkan yang dimaksud dengan *franchise perdagangan jasa* adalah *franchise* yang bergerak dalam bidang-bidang yang tergolong kedalam jasa/service. Jadi termasuk dalam jenis barang-barang yang tidak berwujud. Misalnya *franchise* dalam bidang transportasi, pariwisata, pendidikan dsb.

3. Kriteria berupa peranan yang dipercayakan kepada *franchisee*

Menurut kriteria ini, pembagian *franchise* digolongkan menjadi dua yaitu *franchise format bisnis* dan *franchise distribusi produk dan merek dagang*.

a. *Franchise format bisnis*.

Dalam bentuk *franchise format bisnis* seorang *franchisee* memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi yang spesifik dengan menggunakan standart operasional dan pemasaran. (Sumardi,1995:22). *Franchise format bisnis* adalah suatu sistem *franchise* dimana pihak *franchisee* diberi hak oleh pihak *franchisor* untuk memasarkan dan menjual produk/servis dan dengan menggunakan operasional dan pemasaran yang standart seperti ditetapkan oleh pihak *franchisor*. (Fuady, 1997:158).

Franchise format bisnis digolongkan menjadi tiga bagian :

a. *Franchise* Pekerjaan

Dalam bentuk ini *franchisee* yang menjalankan usaha *franchise* pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya, ia mungkin menjual jasa penyetulan mesin mobil dengan merek *franchise* tertentu. Bentuk *franchise* seperti 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 berupa toko eceran yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran *fast food* seperti KFC, CFC dsb. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari *franchise* pekerjaan karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

c. *Franchise* Investasi.

Ciri utama yang membedakan jenis *franchise* ini dari *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 mencapai milyaran. Perusahaan yang mengambil *franchise* investasi biasanya ingin melakukan *diversifikasi*, tetapi karena manajemen yang tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru tersebut, maka dipilih cara *franchising* yang memungkinkan mereka memperoleh bimbingan dan dukungan.

Adapun ciri dari *franchise* format bisnis adalah :

1. pemberian lisensi dalam jangka waktu tertentu untuk berusaha disuatu wilayah tertentu dengan menggunakan nama, merek dagang, dan logo dari *franchisor*.
2. *franchisor* mengajarkan kepada *franchisee* bagaimana menjalankan bisnis.
3. *franchisor* menyediakan keseluruhan formula bisnis.
4. untuk menjamin suksesnya pelaksanaan bisnis, pihak *franchisor* juga menyediakan *back-up service*, seperti berupa iklan, promosi, dll.

5. *franchisor* akan mendapatkan royalty dari *franchisee*.
6. merupakan suatu aktivitas, biasanya juga dalam bentuk jasa pelayanan yang formulanya telah berhasil dan di praktekkan ditempat lain.
7. adanya campur tangan dari pihak *franchisor* dalam hal pendirian bisnis pihak *franchisee*, akan tetapi bisnis tersebut tetap menjadi milik pihak *franchisee*. (Fuady, 1997:158).

b. Franchise distribusi produk dan merek dagang.

Dalam sistem *franchise* distribusi produk, yang dilakukan oleh pihak *franchisee* pada prinsipnya hanyalah memasarkan suatu produk dilokasi tertentu dengan izin menggunakan nama dagang pihak *franchisor*. Dalam hal ini kedudukan pihak *franchisee* mirip dengan kedudukan pihak agent atau distributor.

Dalam bentuk ini, *franchisor* memperoleh lisensi eksklusif untuk memasarkan produk dari satu perusahaan tunggal dalam lokasi yang spesifik. Dalam *Franchise* bentuk ini, *franchisor* dapat juga memberikan *franchise* wilayah, dimana *franchisee* wilayah atau sub-pemilik *franchise* membeli hak untuk mengoperasikan atau menjual *franchise* diwilayah tertentu. Sub-pemilik *franchise* bertanggung jawab atas beberapa atau seluruh pemasaran *franchise*, melatih, dan membantu *franchisee* yang baru, dan melakukan pengendalian, dukungan operasi, serta program penagihan royalty. *Franchise* wilayah memberi kesempatan kepada pemegang *franchise* induk untuk mengembangkan rantai usaha lebih cepat dari pada biasa. Keahlian manajemen dan resiko finansialnya dibagi bersama oleh *franchisee* induk dan sub-pemegangnya.

Menurut *International Franchise Association* (IFA), secara umum terdapat beberapa bentuk format bisnis waralaba:

1. Unit franchising

Bentuk waralaba ini adalah yang paling umum. Dalam unit *franchise*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba untuk menjalankan sejumlah satu (*single*) bisnis waralabanya dalam lokasi/daerah yang telah ditentukan. Ada 2 pihak yang berkepentingan dalam bentuk ini, yaitu Pewaralaba dan Terwaralaba.

2. Area development franchising

Dalam *area development franchising*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba (disebut *area developer*) suatu daerah tertentu yang harus dikembangkan. Terwaralaba tersebut memiliki hak dan kewajiban untuk membuka dan mengoperasikan sendiri sejumlah unit waralaba tertentu sesuai dengan jadwal rencana pengembangan yang telah ditetapkan sebelumnya. Biasanya, jika target jadwal rencana pengembangan waralaba yang bersangkutan tidak tercapai, pewaralaba akan memutuskan kontrak perjanjian pengembangan waralaba pada daerah tersebut. Walau begitu, unit waralaba yang telah berdiri tetap dapat dioperasikan oleh terwaralaba. Ada 2 pihak yang berkepentingan dalam bentuk ini, yaitu Pewaralaba dan Terwaralaba.

3. Subfranchising.

Sifatnya mirip dengan *area development franchising*, hanya saja bentuk waralaba ini melibatkan 3 pihak. Perbedaannya adalah, pada bentuk waralaba ini *franchisee* memiliki pilihan antara membuka sendiri unit waralabanya atau menjual kembali unit waralaba (*sub franchising*) kepada pihak lain (ke-3), selama tujuan pengembangan waralaba dalam suatu daerah dapat tercapai. Bentuk kesepakatan ini umum digunakan oleh sistem waralaba internasional (terutama pewaralaba Amerika Serikat), biasanya disebut dengan "*master franchising*", dan *franchisee* sebagai *sub franchisor* disebut sebagai "*master franchisee*".

4. Conversion or affiliation franchising.

Bentuk waralaba ini terjadi jika seorang pemilik dari suatu bisnis yang telah berjalan ingin berafiliasi dengan suatu jaringan waralaba yang telah terkenal. Tujuannya adalah agar bisnis tersebut dapat memanfaatkan keuntungan dari merek terkenal dan juga sistem operasi dari jejaring waralaba yang bersangkutan. Dalam *affiliation franchising* ini, terwaralaba biasanya diperbolehkan untuk tetap menggunakan merek lama yang telah mereka miliki diikuti dengan merek terkenal dari sang pewaralaba. Bentuk waralaba ini banyak diterapkan di industri perhotelan.

5. Nontraditional franchising.

Pada bentuk waraba ini, pewaralaba menjual waralabanya untuk ditempatkan pada tempat-tempat tertentu yang khusus. Misalkan, suatu unit waralaba yang dijual didalam lokasi bisnis (mis: ritel) milik orang lain. Dalam hal ini pewaralaba membuat 2 perjanjian, yaitu perjanjian dengan terwaralaba dan perjanjian dengan pemilik bisnis. (www.Franchise.org)





4.1 Kesimpulan.

Berdasarkan analisa terhadap permasalahan diatas, maka dapatlah ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Kedudukan perjanjian *franchise* dalam sistem hukum perjanjian di Indonesia telah diakui dalam bentuk perjanjian tak bernama sebagai implementasi dari adanya sistem terbuka dalam buku III KUH Perdata. Disamping itu, praktek kegiatan *franchise* keberadaannya legal di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Sebelum adanya Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997, dasar hukum yang digunakan untuk melakukan kegiatan usaha *franchise* adalah Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata tentang adanya kebebasan berkontrak dan Pasal 1320 tentang syarat sahnya suatu perjanjian. Adapun peraturan khusus mengenai Waralaba tertuang dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Disamping itu Undang-Undang No. 14 tahun 2001 tentang Hak Paten dan Undang-Undang No.15 tahun 2001 tentang Merek ikut memberikan andil dalam pelaksanaan *franchise* di Indonesia.
2. Bentuk perlindungan hukum yang dapat diperoleh seorang *franchisee*, dari tindakan sepihak *franchisor* nampak pada klausula perjanjian *franchise* yang dibuat antara kedua belah pihak. Dalam hal *franchisor* menghentikan kegiatan usaha *franchisee* dengan alasan masih adanya sengketa menyangkut merek antara *franchisor* dengan pihak ketiga, maka *franchisee* sebagai pemegang lisensi *franchise* tetap berhak untuk melaksanakan usaha *franchisenya*. Demikian juga apabila *franchisor* kalah dalam sengketa merek tersebut, maka *franchisee* akan mengalihkan

kewajiban pembayaran royalty kepada pihak yang menang dalam sengketa tersebut. Disamping itu, salah satu bentuk perlindungan juga dapat dilihat pada pasal 10 dan 14 ayat (1) pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

3. Akibat hukum dari adanya perjanjian *franchise* di Bakso Radja Jember adalah timbulnya hak dan kewajiban antara kedua belah pihak yang membuat perjanjian tersebut. Hal ini nampak pada pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa setiap perjanjian yang dibuat merupakan suatu undang-undang yang pelaksanaannya harus ditaati oleh kedua belah pihak. Hak dan kewajiban tersebut harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan itikad baik sehingga maksud atau tujuan dari perjanjian tersebut dapat tercapai.

4.2 Saran.

1. Perlu adanya suatu pengaturan yang lebih kuat tentang kedudukan perjanjian *franchise* dalam tata hukum Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya suatu kebijakan nasional kearah terciptanya suatu undang-undang yang secara khusus mengatur persoalan *franchise*. Dalam hal ini, pengaturan perjanjian *franchise* yang semula berbentuk Peraturan Pemerintah diubah menjadi suatu bentuk Undang-Undang, sehingga nantinya akan memiliki kedudukan yang lebih kuat lagi.
2. Perlu adanya dukungan dan peranan pemerintah dalam hal tertib hukum *franchise* yang menyangkut *guidelines* wajib tentang perjanjian *franchise*, yang bertujuan untuk menjaga keadilan dan keseimbangan hak dan kewajiban baik pihak *franchisor* maupun pihak *franchisee*. *Guidelines* wajib atau perjanjian baku yang di maksud berupa syarat minimal yang harus dipenuhi oleh setiap perjanjian *franchise*. Hal ini bertujuan untuk menjamin kedudukan dan hak dari pihak *franchisee*.

DAFTAR BACAAN

A. Buku.

- Black, Henry Campbell. 1990, *Black's Law Dictionary*, 6th ed, West Publishing Co, Boston.
- Fox, Stephen. 1999, *Pedoman Membeli dan Menjual Bisnis Franchise*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Gunawan Widjaja, 2001, *Seri Hukum Bisnis: Lisensi atau Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Gunawan Widjaja, 2003, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Munir Fuady, 1997, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, 2006, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta.
- Rooseno Harjowidigdo, 1993, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Jakarta: Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise Dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi.
- Salim. H.S. 2005, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Subekti, 1991. *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Intermasa, Jakarta.
- Syahmin. C. 2006, *Hukum Kontrak Internasional*, Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- , 2006, *Pedoman Penulisan Proposal Penelitian Dan Skripsi*, Fakultas Hukum-Universitas Jember, Jember.

B. Perundang-undangan.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor: 14 Tahun 2001 Tentang Hak Paten

Undang-Undang Nomor: 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Peraturan Pemerintah Nomor: 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba.

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan RI. Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan RI. Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

C. Internet.

<http://www.waralaba.com>. Akses tanggal 25 Februari 2007

<http://www.afi.com>. Akses tanggal 28 Februari 2007

<http://www.sya/franchise-indonesia.com>. Akses tanggal 28 Februari 2007

<http://www.sinarharapan.co.id>. Akses tanggal 3 Maret 2007

<http://www.franchise.org>. Akses tanggal 3 Maret 2007.

<http://www.liputan6.com>. Akses tanggal 3 Maret 2007



LAMPIRAN-LAMPIRAN



 MILIK UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER



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 (Burgerlijk Wetboek, Staatsblads 1847 Nomor 23);
3. Undang-undang Pengaturan Perusahaan 1934 (Bedrijfs Reglementerings Ordonnantie 1934, Staatsblads 1938 Nomor : 86);

MEMUTUSKAN :

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 ditetapkannya 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

SOEHARTO

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.

PENJELASAN
ATAS

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 16 TAHUN 1997

TETANG
WARALABA

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

Angka 2

Pemberi Waralaba lazim disebut Franchisor.

Angka 3

Penerima Waralaba lazim disebut Franchisee

Pasal 2

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, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten.

Yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha

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

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



DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
 DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI
 A. M. L. Ediswara Rulis, No. 5, Telp. 3858182 - 3858183 (Sentral), 3858173-3858174 JAKARTA 10119 Kode Pos 214

SEKRETARIAT
 DIREKTORAT PERUSAHAAN
 Telp. 3858211
 Faks. 3858211

DIT LEBINA USANA
 PERDAGANGAN
 Telp. 3858189
 Faks. 3858188

DIREKTORAT
 BINA PASAR
 Telp. 3858216
 Faks. 3858214

DIREKTORAT
 SDC PERUMBUKIAN
 KONGSIKASIH
 Telp. 3858187
 Faks. 3858187

DIREKTORAT
 METROLOGI
 Telp. 3858207
 Faks. 433030

Fm 027240165

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. Karpeg, Depperindag.
 6. Karokum, Depperindag.
 7. Perlinggal



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

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

Mengingat :

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Nomor 49 Tahun 1997 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3689);
- Keputusan Presiden RI Nomor 96/M Tahun 1996 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI, sebagaimana diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 388/M Tahun 1995;
- 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;
- 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;
- Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1458/Kp/XII/84 Tentang Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
- 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 perikatan 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

- (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.

- 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.

- (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.
- (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.

Pasal 12

- (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:
 - a. Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis;
 - b. 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

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

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 dilimpahkan 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 dipeniksa 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 dijatuhkan hukuman oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

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

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

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

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 memuatkannya 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.L. 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 lisensi)

DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN
DALAM NEGERI

SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA
(STPUW)

- 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

Nomor
Berlaku 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. Kakandepindag Kabupaten/Kotamadya (setempat)
4. Pertinggal

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR : 12/M-DAG/PER/3/2006

TENTANG

KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN
SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa kegiatan usaha Waralaba perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha Waralaba nasional dan meningkatkan peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai Pemberi Waralaba, Penerima Waralaba maupun sebagai Pemasok barang dan/atau jasa;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a perlu dikeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan;

- Mengingat
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 3611);
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437);
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690);
 4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3718);
 5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2004 tentang Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu, sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 171/M Tahun 2005;
 6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata

Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 62 Tahun 2005;

7. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2005;
8. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 01/M-DAG/PER/3/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perdagangan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 30/M-DAG/PER/12/2005;
9. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 09/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA.**

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan :

1. Waralaba (*Franchise*) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.
2. Pemberi Waralaba (*Franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
3. Penerima Waralaba (*Franchisee*) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

4. Penerima Waralaba Utama (*Master Franchisee*) adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba dan berbentuk Perusahaan Nasional.
5. Penerima Waralaba Lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak 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 Utama.
7. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba selanjutnya disingkat STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.
9. Menteri adalah Menteri yang tugas dan tanggungjawabnya dibidang Perdagangan.

BAB II KEGIATAN DAN PERSYARATAN USAHA WARALABA

Pasal 2

Kegiatan usaha Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Pasal 3

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba Utama untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan.
- (2) Penerima Waralaba Utama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertindak sebagai Pemberi Waralaba dalam melaksanakan Perjanjian Waralaba Lanjutan.

Pasal 4

Penerima Waralaba Utama wajib melaksanakan sendiri kegiatan usaha Waralaba dan mempunyai paling sedikit 1 (satu) tempat usaha.

Pasal 5

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospektus mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada Penerima Waralaba yang paling sedikit memuat:

- a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba 1 (satu) tahun terakhir;
- b. Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba disertai dokumen pendukung;
- c. Keterangan tentang kriteria atau persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba termasuk biaya investasi;
- d. Bantuan atau fasilitas yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan Kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba; dan
- f. Data atau informasi lain yang perlu diketahui oleh Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba selain huruf a sampai dengan huruf e.

Pasal 6

Perjanjian Waralaba memuat paling sedikit :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi Objek Waralaba;
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- d. Wilayah usaha (*zone*) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

Pasal 7

- (1) Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku paling sedikit 10 (sepuluh) tahun.

- (2) Jangka Waktu Perjanjian Waralaba antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan berlaku paling sedikit 5 (lima) tahun.

Pasal 8

- (1) Pemberi Waralaba dari luar negeri wajib memiliki surat keterangan legalitas usaha yang dikeluarkan oleh instansi berwenang di negara asalnya.
- (2) Surat keterangan legalitas usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilegalisir oleh Atase Perdagangan/Pejabat Perwakilan RI di negara setempat.
- (3) Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki Izin Usaha dari Departemen/Instansi Teknis.

Pasal 9

- (1) Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan.
- (2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai pemasok barang dan atau jasa.

BAB III KEWENANGAN

Pasal 10

- (1) Menteri memiliki kewenangan pengaturan kegiatan usaha Waralaba.
- (2) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri.
- (3) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Gubernur DKI/Bupati/Walikota bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (4) Bupati/Walikota melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (5) Khusus Propinsi DKI Jakarta, Gubernur melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab dibidang perdagangan bagi

Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.

BAB IV TATA CARA DAN PERSYARATAN PENERBITAN STPUW

Pasal 11

- (1) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan.
- (2) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri dan Dalam Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan daerah setempat.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) dengan cara mengisi Daftar Isian Permohonan STPUW Model A, sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan ini paling lambat 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak tanggal berlakunya Perjanjian.

Pasal 12

- (1) Daftar Isian Permohonan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba atau kuasanya di atas kertas bermeterai cukup, diserahkan kepada pejabat penerbit STPUW dengan dilampirkan:
 - a. Copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik/pengurus perusahaan;
 - b. Copy Izin Usaha Departemen/Instansi teknis;
 - c. Copy Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 - d. Copy Perjanjian Waralaba;
 - e. Copy Keterangan tertulis (Prospektus usaha) Pemberi Waralaba;
 - f. Copy Surat Keterangan Legalitas Usaha Pemberi Waralaba.
- (2) Copy dokumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib dilampirkan dokumen asli dan akan dikembalikan kepada pemohon STPUW setelah selesai pemeriksaan mengenai keabsahannya.

Pasal 13

- (1) Paling lambat 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Daftar Isian Permohonan STPUW secara lengkap dan benar, Pejabat Penerbit STPUW menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW Model B, sebagaimana tercantum dalam lampiran II.

- (2) Apabila Daftar Isian Permintaan STPUW dinilai belum lengkap dan benar, paling lambat 5 (lima) hari kerja, pejabat penerbit STPUW membuat surat penolakan disertai alasan-alasan.
- (3) Bagi pemohon yang ditolak permohonannya sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat mengajukan permohonan STPUW kembali setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.

Pasal 14

Masa berlaku STPUW selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang apabila jangka waktu perjanjian Waralaba masih berlaku.

Pasal 15

- (1) Dalam hal Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhirnya masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (*Clean Break*).
- (2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama yang bertindak sebagai Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama, sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (*Clean Break*).

BAB IV PEMBINAAN USAHA WARALABA

Pasal 16

Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dilaksanakan dalam rangka kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara Waralaba.

Pasal 17

- (1) Pemilik STPUW berhak mendapatkan fasilitas secara selektif sesuai program pemerintah yang tersedia.

- (2) Fasilitas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain terdiri dari :
- pendidikan dan pelatihan;
 - rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
 - rekomendasi untuk mengikuti pameran baik di dalam dan luar negeri;
 - bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
 - pemberian penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik.

BAB V PELAPORAN

Pasal 18

- Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan tahunan kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perkembangan kegiatan usaha Waralaba setiap tanggal 31 Januari dengan menggunakan Formulir Model C sebagaimana dimaksud dalam Lampiran III Peraturan ini.
- Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan secara tertulis kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perubahan berupa:
 - Penambahan atau pengurangan tempat usaha (*outlet*);
 - Pengalihan kepemilikan usaha;
 - Pemindahan alamat Kantor Pusat atau tempat usaha Waralaba;
 - Nama pengurus, pemilik dan bentuk badan usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;
 - Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

BAB VI SANKSI

Pasal 19

- Pemilik STPUW yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis dari pejabat penerbit STPUW.
- Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal pengiriman oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Surat Peringatan Tertulis Model D, sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV Peraturan ini.

Pasal 20

- (1) Pemilik STPUW yang tidak mengindahkan peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (2) dikenakan sanksi administratif berupa pemberhentian sementara STPUW paling lama 1 (satu) bulan.
- (2) Pemberhentian sementara STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pemberhentian Sementara Model E, sebagaimana tercantum dalam Lampiran V Peraturan ini.

Pasal 21

- (1) Pemilik STPUW yang tetap tidak mengindahkan atau tidak melakukan perbaikan setelah pelanggaran ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW.
- (2) Pencabutan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pencabutan STPUW Model F sebagaimana tercantum dalam Lampiran VI Peraturan ini.

Pasal 22

Pemilik STPUW yang dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

Pasal 23

Penerima Waralaba yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba meskipun telah diberi peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

**BAB VII
KETENTUAN LAIN**

Pasal 24

- (1) Ketentuan pelaksanaan dan hal-hal teknis yang belum diatur dalam Peraturan Menteri ini, ditetapkan lebih lanjut oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan.

- (2) Dengan berlakunya Peraturan ini maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 25

Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memiliki STPUW, wajib melakukan penyesuaian dengan ketentuan dalam Peraturan ini dan diberikan tenggang waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal ditetapkan Peraturan ini.

**BAB VIII
PENUTUP**

Pasal 26

Peraturan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

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

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 29 Maret 2006

MENTERI PERDAGANGAN R.I.

ttd

MARI ELKA PANGESTU

Salinan sesuai dengan aslinya
Kepala Biro Hukum
Departemen Perdagangan

Djunari I Waskito

- (2) Dengan berlakunya Peraturan ini maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 25

Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memiliki STPUW, wajib melakukan penyesuaian dengan ketentuan dalam Peraturan ini dan diberikan tenggang waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal ditetapkan Peraturan ini.

**BAB VIII
PENUTUP**

Pasal 26

Peraturan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

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

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 29 Maret 2006

MENTERI PERDAGANGAN R.I.

ttd

MARI ELKA PANGESTU

Salinan sesuai dengan aslinya
Kepala Biro Hukum
Departemen Perdagangan



UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM

Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 9 Jember 68121
☎ (0331) 335462 – 330482 Fax. 330482

Nomor : 754/J25.1.1/PP.9/2007
Lampiran :
Perihal : KONSULTASI

Jember, 22 Pebruari 2007

Yth. PIMPINAN BAKSO RADJA JEMBER
di -
JEMBER

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

Nama : DODIK KUSUMA H.P.
NIM : 020710101096
Program : S 1 Ilmu Hukum
Alamat : Jl. Jawa II No. 25 Jember
Keperluan : Konsultasi tentang Masalah

TINJAUAN YURIDIS TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) SERTA AKIBAT HUKUMNYA DI
BAKSO RADJA JEMBER

Sehubungan dengan hal tersebut diatas kami mohon bantuan secukupnya, karena hasil dari konsultasi ini digunakan untuk melengkapi bahan penyusunan Skripsi.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

a.n. Dekan

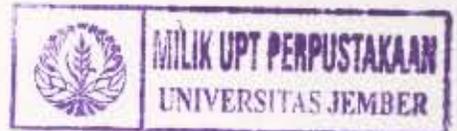
Widyawanita Dekan I,



Yotob Sudaryanto, S.H., M.S.
NIP. 131 120 332

Tembusan Kepada Yth :

- Ketua Bagian/Jurusan Hukum Perdata
- Yang bersangkutan
- Arsip



BAKSO RADJA

Jln. Trunojoyo no. 26 Jember. Telp. 0331-7852586

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini selaku Pimpinan Bakso Radja Jember menerangkan bahwa :

Nama : DODIK KUSUMA HP.
ALAMAT : JLN. JAWA II NO.25 JEMBER.
FAKULTAS : HUKUM UNIVERSITAS JEMBER.

Bahwa yang bersangkutan pernah melakukan survey di Bakso Radja Jember mengenai Perjanjian Kerjasama antara Franchisor dengan Franchisee.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya.

Dikeluarkan di : Jember

Tanggal : 23 Februari 2007

PIMPINAN

(ARIF)