

URGENSI PENGATURAN WARALABA DALAM UNDANG-UNDANG

Moch Najib Imanullah

Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

E-mail: imanullahnajib@yahoo.com

Abstract

One of the characteristics of Fundamental Research is provide an explanation a phenomenon. The purpose of this research is to describe the phenomenon of demand for franchise regulation in Indonesia. It is a normative legal research in order to examine the principles of law, the synchronization of law, and legal history. The data used were secondary data came from the primary and secondary legal materials. Validity of data was done by triangulation of sources and sources criticism. Data were analyzed using legal interpretation. The result showed that the urgency of setting a franchise in an act is due to: 1) the content material of franchise have to regulate in an act; 2) to address the sinchronization issue with the other act; 3) to harmonize the Indonesian franchise act with the franchise act from the other countries; 4) to fullfill the justice of franchisee and international franchisor. To realize the franchise act, the Indonesian government advised to make cooperation with academics, franchise business man, association, and the public to make academic legal drafting based on academic draft from BPHN with completion in accordance with the dinamics and development of franchise business in Indonesia.

Keywords: urgency, act, franchise.

Abstrak

Salah satu karakteristik Penelitian Fundamenatal adalah memberikan penjelasan terhadap sebuah fenomena, maka tujuan penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan adanya fenomena permintaan pengaturan waralaba di Indonesia dalam sebuah undang-undang khusus waralaba. Untuk mencapai tujuan ini, maka dilakukan penelitian hukum normatif dalam ranah asas-asas hukum, sinkronisasi hukum, dan sejarah hukum. Data yang dipergunakan adalah data sekunder yang bersumber dari bahan hukum primer dan bahan sekunder. Kesahihan data dilakukan dengan kritik sumber. Data analisis dengan cara melakukan penafsiran hukum (gramatikal). Hasil penelitian menunjukkan bahwa urgensi pengaturan waralaba dalam sebuah undang-undang adalah karena : 1) muatan materinya harus diatur dalam undang-undang (seperti : asas-asas hukum, kewarganegaraan dan hak-haknya, kelembagaan negara, dan perpajakan); 2) untuk mengatasi persoalan sinkroniasi dengan undang-undang lain yang terkait; 3) untuk melakukan harmonisasi peraturan perundang-undangan waralaba Indonesia dengan undang-undang waralaba khusus negara lain; 4) untuk memenuhi rasa keadilan para pelaku usaha waralaba khususnya pelaku usaha waralaba internasional (asing maupun warga negara Indonesia). Untuk merealisasikan undang-undang waralaba, Pemerintah disarankan untuk bekerjasama dengan akedemisi, kalangan pengusaha waralaba, asosiasi, dan masyarakat luas untuk membuat naskah akademis undang-undang waralaba berbasis naskah akademis yang telah dihasilkan BPHN dengan penyempurnaan sesuai dengan dinamika dan perkembangan usaha waralaba di Indonesia.

Kata kunci : urgensi, undang-undang, waralaba.

A. Pendahuluan

Sepintas kerja-sama di bidang perdagangan dalam bentuk waralaba tampak sederhana. Hanya sebuah sistem bisnis milik pemberi waralaba yang dioperasikan oleh penerima waralaba. Tetapi di balik itu, Moch Najib Imanullah dalam Jurnal Ilmu Hukum Yustisia (2008:48) mengemukakan ada beberapa persoalan yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut, seperti persoalan politik, sosial, budaya, dan hukum. Faktor hukum memberikan kontribusi yang signifikan dalam pelaksanaan waralaba di Indonesia. Pemberi dan penerima waralaba akan dihadapkan pada persoalan hukum, khususnya mengenai : ketentuan-ketentuan dalam perjanjian waralaba, hak-hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba, kewajiban penerima waralaba terhadap pemberi waralaba, serta untung ruginya mengadakan perjanjian waralaba. Masalah-masalah tersebut merupakan persoalan krusial, yang apabila tidak diperhatikan dengan cermat, akan menimbulkan kerugian bagi para pihak. Persoalan hukum juga akan muncul berkaitan dengan formalitas usaha dan pelaksanaan kegiatan usaha waralaba. Di sini para pihak harus memperhatikan masalah-masalah seperti: ketentuan apa saja yang harus dipatuhi untuk mendirikan usaha waralaba, masalah tenaga kerja, masalah pembagian keuntungan terutama apabila dikaitkan dengan ketentuan perpajakan, masalah tanggung jawab apabila dalam pelaksanaan usaha waralaba merugikan orang lain. Selain itu, pemberi waralaba maupun penerima waralaba juga akan menghadapi masalah penyelesaian sengketa antara mereka.

Sejak berkembangnya usaha waralaba di Indonesia, para pelaku usaha waralaba telah berharap agar Pemerintah segera mengatur usaha waralaba di Indonesia ke dalam sebuah undang-undang agar dapat memberikan perlindungan usaha dan kepastian berusaha. Merespon kebutuhan ini, maka Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman dalam Tahun Anggaran 1994/ 1995 dengan Keputusan Menteri Kehakiman RI Nomor: G-104.PR.09.03 Tahun 1994 Tentang

Pembentukan Tim Pelaksana Penyusunan Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tahun Anggaran 1994/1995, tertanggal 18 Juni 1994 bermaksud memprogramkannya dalam bentuk Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tentang Usaha Waralaba, dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran apa saja yang berkaitan dengan masalah perlindungan terhadap pengusaha waralaba, pendapat para pakar ditinjau dari literatur yang ada, baik dari dalam negeri maupun di luar negeri serta bagaimana negara lain mengatur masalah perlindungan tersebut di dalam peraturan perundang-undangannya, sehingga hasilnya dapat digunakan oleh Pemerintah dalam usahanya mengatur masalah perlindungan terhadap usaha waralaba di Indonesia.

Adapun masalah yang perlu dikaji untuk kemudian dituangkan ke dalam Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan tentang Usaha Waralaba ini adalah mengenai unsur-unsur waralaba, terminologi mengenai waralaba, asas-asas perjanjian waralaba, hak-hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba (BPHN, 1995:3).

Khusus mengenai asas, yang merupakan ruh dari sebuah undang-undang, direkomendasikan bahwa asas-asas yang tepat untuk peraturan perjanjian waralaba, adalah : asas kemitraan, asas *pikul bareng*, asas *informatieplicht*, asas *confidential*, asas itikad baik, asas berwawasan lingkungan (BPHN,1995:13-14). Asas-asas ini harus dituangkan secara jelas dalam klausul perjanjian yang berkategori klausul transaksional dan klausul spesifik, karena tidak adanya asas-asas tersebut maka perjanjian waralaba dapat batal demi hukum atau dapat dibatalkan (Moch Najib Imanullah dan Mohammad Hanapi Mohammad, 2010:17-18).

Dengan adanya perjanjian waralaba maka akan mengakibatkan adanya pemberian hak untuk menggunakan sistem waralaba yang bersangkutan, yang dikenal dengan waralaba lisensi. Pemberian hak dengan nama lisensi waralaba dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba, maka pokok-pokok hak

yang diberikan perlu diatur di dalam peraturan perundang-undangan tentang perjanjian waralaba, misalnya masalah: hak untuk berusaha dalam bisnis yang sama, hak untuk menggunakan identitas perusahaan, pemberian bantuan operasional, pemberian wilayah usaha dan jumlah perusahaan, serta perlindungan teritorial terhadap persaingan antar pemberi waralaba (BPHN,1995:15-25). Selain Di itu juga perlu dipikirkan masalah tanggung jawab siapa yang harus mendaftarkan merek pemberi waralaba, karena paling tidak di sini telah terjadi pemberian lisensi, yaitu pihak yang satu memperbolehkan pihak yang lain untuk melakukan suatu perbuatan hukum tertentu, misalnya menggunakan nama dagang/merek (Agus Mardianto,2011:447).

Undang-Undang tentang waralaba perlu mengatur masalah pembatalan perjanjian waralaba, misalnya pemberi waralaba berhak membatalkan perjanjian waralaba melalui pemberitahuan tertulis (BPHN, 1995:43). Pelaksanaan perjanjian dengan baik merupakan tujuan akhir dari kerja-sama bisnis pemberi waralaba yang bersangkutan. Namun demikian dalam kerja sama itu bukan tidak mungkin akan terjadi perselisihan yang diawali dengan tidak terlaksananya perjanjian itu dengan baik. Apabila terjadi perselisihan antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba, sebaiknya peraturan perundang-undangan tentang perjanjian waralaba sudah memberi rambu, misalnya hal itu harus diselesaikan melalui arbitrase, pilihan hukum, pilihan forum, atau bahkan dengan pemecahan sengketa secara sederhana.

Sampai dengan saat ini, naskah akademik rancangan undang-undang waralaba tersebut belum ditindaklanjuti. Padahal materi pengaturan waralaba tersebut bersinggungan erat dengan beberapa undang-undang yang sudah ada, seperti undang-undang di bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI), seperti Undang-Undang Paten, Undang-Undang Merek, Undang-Undang Desain Industri, Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Rahasia Dagang. Selain itu juga berkaitan erat dengan Undang-Undang Persaingan Usaha, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan

Undang-Undang Perseroan Terbatas. Di sini akan potensial muncul pengaturan yang berbeda, akan terjadi permasalahan dalam sinkronisasi hukum vertikal, dan akan merugikan sektor usaha waralaba karena peraturan yang ada baru Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri, dan Peraturan Direktur Jenderal.

Perkembangan waralaba di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyak pemberi waralaba nasional yang telah melakukan pengembangan usaha waralabanya ke luar negeri, ke negara-negara yang telah memiliki undang-undang waralaba, seperti Malaysia misalnya yang telah memiliki *Franchise Act/1998*. Permasalahan yang timbul adalah apabila terjadi pengaturan yang berbeda, maka akan cukup sulit untuk melakukan harmonisasi pengaturan karena derajat peraturan perundang-undangan waralaba di Indonesia lebih rendah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, dalam ranah asas-asas hukum, taraf sinkronisasi hukum, dan sejarah hukum (Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, 2007:62-88). Sebagaimana karakteristik Penelitian Fundamental maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena (eksplanatoris) urgensi pengaturan usaha waralaba di Indonesia dalam bentuk undang-undang. Data yang dipergunakan adalah data sekunder, yang bersumber dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan yang mengatur waralaba dan yang terkait dengan waralaba), dan bahan hukum sekunder (jurnal dan buku teks yang mengkaji waralaba). Instrumen pengumpulan data menggunakan identifikasi isi. Untuk menjamin kesahihan data dipergunakan triangulasi sumber (M. Puvnesvary, et.all.,2008:107) dan kritik sumber. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan melakukan penafsiran hukum, yaitu penafsiran gramatikal (Yudha Bhakti Ardhiwisastra,2000:9).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelan tapi pasti, waralaba sudah menjadi *trend* besar dalam strategi percepatan pertumbuhan bisnis. Melalui pola waralaba banyak *brand* lokal dan asing tumbuh jadi besar. Pasalnya waralaba pada hakekatnya merupakan sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat dan murah (Redaksi Majalah Info Franchise, 2009:7). Konsep bisnis waralaba ini banyak digunakan pada bisnis *food and beverages* yaitu sebanyak 42,9%, industri pendidikan 17,8%, jasa 10,2%, ritel 5,6%, kecantikan dan kesehatan 19,2%, dan sekitar 19,2% industri lainnya (Tri Raharjo dan Rofian Akbar, 2008:1-2).

Waralaba merupakan bisnis yang berbasis hubungan kontraktual, yaitu berdasarkan kontrak atau perjanjian antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba setelah mempelajari prospektus yang ditawarkan oleh pemberi waralaba. Secara garis besar, pada umumnya ”perjanjian waralaba memuat hal-hal sebagai berikut (Adrian Sutedi, 2008:82).

1. Hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan/atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, serta wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
2. Kewajiban dari penerima waralaba sebagai imbalan atas hak yang diterima dari kegiatan yang dilakukan oleh pemberi waralaba pada saat penerima waralaba memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.
3. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak penerima waralaba kepada pihak lain. Apabila penerima waralaba tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.

4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerjasama dari masing-masing pihak”.

Sedangkan ”substansi atau muatan materi dalam klausul-klausul yang terdapat dalam suatu perjanjian waralaba, baik internasional maupun domestik, umumnya meliputi (Adrian Setiadi, 2008:83-89): ketentuan umum; prasyarat perjanjian; pembelian waralaba; pembatasan penggunaan hak waralaba; pembayaran biaya waralaba; jasa yang diberikan oleh pemberi waralaba; keseragaman dan standarisasi operasional; promosi. pelatihan; eksklusivitas; jangka waktu perjanjian; pemilihan lokasi; hak untuk memeriksa dan mengaudit; prosedur pelaporan; prinsip tanpa persaingan; kerahasiaan produk atau sistem; perizinan dan administrasi; karyawan dan tenaga kerja; asuransi; jaminan terhadap tuntutan hukum dan kerugian; pajak; pengalihan hak; kedudukan berdiri sendiri; wanprestasi; perpanjangan perjanjian; penghentian atau berakhirnya perjanjian; pilihan forum dan yurisdiksi hukum; amandemen perjanjian dan pelepasan hak; ganti kerugian; *force majeure* ; keterpisahan; wewenang untuk terikat dalam kontrak; penyelesaian sengketa; surat-menyurat; interasi kontrak”.

Pada umumnya, klausul-klausul perjanjian tersebut telah dirancang oleh pemberi waralaba, dan hampir dapat dikatakan bahwa ada beberapa klausul krusial yang harus dikaji dan dicermati oleh calon penerima waralaba (Moch. Basarah dan M. Faiz Mufidin, 2008:53-64), yaitu: nama dagang atau merek dagang; rahasia dagang; bantuan-bantuan teknis operasional; pembelian bahan-bahan dan peralatan; pengawasan kualitas produk; jangka waktu; pengalihan waralaba; pemutusan perjanjian; perjanjian untuk tidak berkompetisi dengan pemberi waralaba”.

Bambang N. Rachmadi (2007:49), menggarisbawahi pentingnya pengaturan perjanjian waralaba bagi waralaba nasional. Hal ini dikarenakan: tidak semua pemberi waralaba memiliki reputasi yang baik. Tidak sedikit pemberi waralaba yang menipu, salah manajemen, ingkar janji (wanprestasi), atau

memberikan informasi yang tidak benar/menyesatkan. Banyak pula pemberi waralaba yang lebih giat menjual waralabanya atau mencari penerima waralaba daripada menjual produk atau jasa. Akibatnya, seringkali terjadi perselisihan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, yang berujung pada penutupan suatu gerai secara paksa, penghentian kontrak, penggantian nama merek, penggunaan merek yang ada dengan sedikit modifikasi, bahkan ada yang sampai ke pengadilan. Oleh karenanya, perlu ada kejelasan dalam perjanjian tentang hak dan kewajiban serta kesamaan pemahaman atas setiap butir perjanjian agar tidak terjadi kesalahpahaman dan salah tafsir.

Selain perjanjian waralaba, dalam usaha waralaba terdapat perjanjian-perjanjian lain yang berkaitan dengan waralaba. Adrian Sutedi (2008:95) mengidentifikasi dan menginventarisasi "adanya perjanjian lain yang terbit dengan waralaba yaitu : Perjanjian tentang utang-piutang. Penyewaan tempat usaha. Perjanjian pembangunan tempat usaha. Penyewaan peralatan".

Dari pemaparan dan kajian mengenai perjanjian waralaba dapat disimpulkan (Hadi Setia Tunggal, 2006:34-35) "bahwa :

1. Perjanjian waralaba merupakan suatu perjanjian yang mendokumentasikan hubungan hukum tentang kewajiban yang ada antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.
2. Perjanjian waralaba mempunyai tiga fungsi utama, yaitu :
 - a. Menetapkan secara tertulis apa yang disetujui antara kedua pihak (pemberi waralaba dan penerima waralaba) untuk menghindari sengketa di kemudian hari;
 - b. Melindungi hak-hak pemberi waralaba.
 - c. Menetapkan peraturan yang kedua pihak setuju untuk dijalankan".

Perjanjian waralaba termasuk jenis perjanjian baru, yang juga tunduk pada ketentuan-ketentuan hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III Kitab

Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian waralaba harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Pasal ini mensyaratkan untuk sahnya sebuah perjanjian maka harus memenuhi persyaratan: sepakat para pihak yang membuat perjanjian, para pihak cakap untuk melakukan perbuatan hukum, adanya hal tertentu sebagai objek perjanjian, dan kausa halal yang menjadi dasar pembuatan perjanjian. Perjanjian waralaba yang telah dibuat secara sah tersebut akan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, yaitu bagi pemberi waralaba maupun penerima waralaba, dan tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian waralaba tersebut juga harus dilaksanakan dengan itikad baik (ketentuan Pasal 1338 KUHPerdata). Perjanjian waralaba yang telah dibuat dan ditandatangani para pihak, yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba, harus didaftarkan ke Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Pendaftaran perjanjian waralaba tersebut menjadi kewajiban pihak penerima waralaba.

Dari kajian yang telah dipaparkan tersebut terlihat bahwa pengaturan perjanjian waralaba merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku usaha waralaba, baik pelaku usaha waralaba nasional maupun pelaku usaha waralaba internasional yang menjalankan usaha waralabanya di Indonesia. Namun demikian, pengaturan perjanjian waralaba tersebut baru diatur dalam Peraturan Pemerintah yang kemudian dilaksanakan oleh Peraturan Menteri Perdagangan. Hal ini tentunya akan menimbulkan kegamangan bagi para pelaku usaha waralaba, khususnya dalam hal pemberian perlindungan usaha dan kepastian berusaha, karena Peraturan Pemerintah sifatnya hanya melaksanakan ketentuan Undang-Undang, dan Peraturan Pemerintah merupakan peraturan perundang-undangan yang bersifat *administratiefrechtelijk* (Bagir Manan, 2004:218). Dengan demikian, Peraturan

Pemerintah fungsinya adalah menyelenggarakan pengaturan lebih lanjut untuk melaksanakan undang-undang sebagaimana mestinya, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tidak (HAS Natabaya, 2008: 156).

Apabila diteliti, Peraturan Pemerintah yang mengatur waralaba, sejak Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, hanya mempunyai rujukan pada satu pasal dalam Undang-Undang Usaha Kecil yang kemudian diperbarui dalam Undang-Undang Usaha Mikro Kecil–Menengah, yang keduanya hanya mengatur bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk kemitraan usaha. Padahal, cakupan pengaturan usaha waralaba jauh lebih luas daripada sekedar mengatur soal kemitraan. Di sini terlihat adanya sebuah kebutuhan untuk pengaturan waralaba dalam sebuah undang-undang. Hal ini dikarenakan undang-undang merupakan peraturan yang bersifat mengatur segala gejala kehidupan bernegara, bermasyarakat, atau individual. Secara materiil, segala gejala kehidupan bermasyarakat, atau individual dapat diatur dengan undang-undang (Bagir Manan, 2004:223).

Istilah waralaba secara yuridis formal ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, pada ketentuan yang membahas mengenai penataan kemitraan usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar. Kemitraan yang dimaksud di sini adalah kerjasama usaha yang disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar, kepada usaha kecil, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Kemitraan tersebut dilaksanakan dengan pola: intiplasma, sub-kontrak, dagang umum, waralaba, keagenan, dan bentuk-bentuk lain (Pasal 27).

Dalam penjelasan Pasal 27 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan pola waralaba adalah hubungan kemitraan yang di dalamnya pemberi waralaba memberikan hak

penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen.

Setelah keluarnya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, dengan tujuan untuk lebih memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan alih teknologi. Di samping itu, Peraturan Pemerintah ini juga dimaksudkan untuk memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan usaha waralaba, dan sebagai payung hukum bagi Pemerintah untuk mengatur, membina, dan mengembangkan waralaba di Indonesia.

Dalam Peraturan Pemerintah ini, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dengan salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan/atau jasa (Pasal 1). Lebih lanjut, Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba ini mengatur bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai: pemberi waralaba berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya; HKI atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba; persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba; bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba; pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba. Dalam hal penyampaian keterangan tersebut, pemberi waralaba wajib memberikan waktu yang cukup kepada penerima waralaba untuk meneliti informasi yang diberikan oleh pemberi waralaba. Adanya ketentuan ini

dimaksudkan agar pemberi waralaba dan penerima waralaba memiliki dasar awal yang kuat dalam melakukan kegiatan waralaba secara sehat dan terbuka.

Politik hukum untuk menggunakan waralaba sebagai instrumen untuk memberdayakan usaha kecil, dapat terlihat dari ketentuan Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang mengamanatkan kepada pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk 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. Di samping itu, pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada penerima waralaba. Keberpihakan kepada usaha kecil dalam pelaksanaan usaha waralaba juga tercermin dari ketentuan Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang mengatur bahwa usaha waralaba dapat diselenggarakan untuk dan di seluruh wilayah Indonesia, dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah. Pada prinsipnya, penyelenggaraan waralaba dilakukan secara bertahap terutama di ibukota propinsi. Pengembangan waralaba di luar ibukota propinsi, seperti di ibukota kabupaten/kota 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 bersangkutan.

Keberpihakan terhadap usaha kecil dalam usaha waralaba tersebut layak untuk dilakukan mengingat adanya fakta bahwa dalam dunia usaha tidak mungkin semua pelaku usaha memiliki kemampuan dan sumber daya yang sama sehingga mereka dapat melakukan persaingan usaha dengan sempurna. Penyebaran sumber daya tidak

selalu sama, baik finansial, personal, maupun natural serta yang terakhir teknologi (Gunawan Widjaja, 2011:26).

Dalam rangka pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, dan untuk meningkatkan peranan dan keikutsertaan masyarakat luas dalam usaha waralaba, maka ditetapkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, yang tertuang dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997, tertanggal 30 Juli 1997. Hal baru dan sangat penting yang diatur dalam Keputusan Menteri ini adalah pengaturan mengenai klausul minimal yang harus ada dalam sebuah perjanjian waralaba. Dalam Keputusan Menteri ini ditegaskan bahwa perjanjian waralaba tersebut berlaku untuk jangka waktu lima tahun. Di samping itu, apabila pemberi waralaba berasal dari luar negeri, harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di negara asalnya dan diketahui oleh Pejabat Perwakilan Republik Indonesia setempat.

Memasuki tahun 2000 waralaba menunjukkan kemajuan yang signifikan. Banyak waralaba internasional yang memasuki pasar Indonesia. Keadaan ini mendorong tumbuhnya waralaba nasional, sehingga mendorong Pemerintah untuk membina pengusaha kecil dan menengah untuk menjadi penerima waralaba maupun pemberi waralaba yang mampu bersaing di pasar dalam negeri maupun pasar internasional. Pemerintah merasa perlu untuk mengeluarkan peraturan baru mengenai waralaba khususnya yang berkaitan dengan pendaftaran usaha waralaba dan pembinaan usaha waralaba. Untuk itu dikeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan ini pengertian waralaba mengalami perubahan apabila dibandingkan

dengan peraturan sebelumnya. Di sini waralaba diberi pengertian sebagai perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan 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.

Perkembangan usaha waralaba di Indonesia yang semakin pesat, menjadi pertimbangan pemerintah untuk memperbaiki peraturan perundang-undangan waralaba. Hal ini dikarenakan adanya masukan-masukan dari para pelaku usaha waralaba bahwa peraturan yang sudah ada kurang mengakomodasi kebutuhan mereka dan ada yang merasakan bahwa peraturan yang sudah ada tersebut kurang memberikan rasa keadilan bagi pemberi waralaba, khususnya pemberi waralaba internasional. Mereka menilai peraturan waralaba yang sudah ada cenderung untuk memberikan perlindungan lebih kepada penerima waralaba dan pengusaha kecil Indonesia, sehingga memberi beban yang berat kepada mereka.

Beberapa hal yang mereka rasakan tidak adil adalah perjanjian waralaba harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Di sini mereka merasakan tidak adanya pilihan hukum, sehingga akan mengancam rasa keadilan mereka. Ketentuan harus menggunakan bahan yang dihasilkan usaha kecil dari dalam negeri, mereka rasakan sebagai beban berat karena bahan yang mereka datangkan dari negara asal mereka merupakan salah satu ciri khusus atau kehasan usaha waralaba mereka. Ketentuan ini juga akan mengurangi keuntungan yang seharusnya dapat mereka peroleh.

Atas dasar pertimbangan untuk mengakomodasi kepentingan para pelaku usaha waralaba, untuk lebih meningkatkan

tertib usaha dengan cara waralaba, serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, maka Pemerintah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah ini juga dimaksudkan untuk mengganti Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, pengertian waralaba mengalami perubahan yang fundamental dan menyertakan adanya kriteria yang harus dipenuhi agar sebuah usaha dapat dikatakan sebagai waralaba. Pasal 1 mengatur bahwa yang dimaksud dengan waralaba yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Dalam ketentuan ini terlihat bahwa waralaba adalah hak khusus, bukan lagi sebagai perikatan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan sebelumnya. Hak khusus dalam Peraturan Pemerintah ini muncul berdasarkan perjanjian waralaba.

Pasal 3 mengatur bahwa untuk dapat disebut sebagai waralaba, maka harus memenuhi kriteria: *Pertama*, memiliki ciri khas usaha, yaitu suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba. *Kedua*, terbukti sudah memberikan keuntungan, dengan merujuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih lima tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan. *Ketiga*, memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang

dibuat secara tertulis. Maksudnya, agar penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama. *Keempat*, mudah diajarkan dan diaplikasikan. Dengan kata lain mudah dilaksanakan, sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba. *Kelima*, adanya dukungan yang berkesinambungan, yaitu dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi. *Keenam*, HKI yang telah terdaftar, yaitu HKI yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Kegiatan usaha waralaba di Indonesia diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam hal perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, perjanjian harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia (Pasal 4). Sebelum perjanjian waralaba dibuat, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mewajibkan kepada pemberi waralaba untuk memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran. Penawaran ini paling sedikit harus memuat: data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usaha, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan dua tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba (Pasal 7).

Prospektus tersebut harus disampaikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba dalam tenggang waktu yang cukup, sehingga calon penerima waralaba dapat mempelajari prospektus

tersebut dengan seksama sebelum sampai pada keputusan untuk membeli waralaba yang ditawarkan tersebut. Prospektus ini juga dapat dipakai oleh calon penerima waralaba untuk menilai, apakah pemberi waralaba cukup berhasil atau tidak, tersandung masalah hukum atau tidak, usahanya legal atau tidak, dan yang paling penting adalah untuk mengetahui waralaba yang ditawarkan prospektif dan akan memberikan keuntungan atau tidak. Dengan prospektus yang jujur, maka dapat dihindari upaya-upaya dari pemberi waralaba untuk menipu atau menjebak calon penerima waralaba, sehingga pada akhirnya akan merugikan penerima waralaba.

Apabila calon penerima waralaba menyetujui penawaran waralaba tersebut, maka pemberi waralaba dan penerima waralaba akan membuat dan menandatangani perjanjian waralaba. Dalam rangka melindungi kepentingan para pihak dan penyeteraan hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, maka Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, mengatur bahwa perjanjian waralaba paling sedikit memuat klausula: nama dan alamat para pihak; jenis HKI; hak dan kewajiban para pihak; bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba; wilayah usaha; jangka waktu perjanjian; kepemilikan, perubahan kepemilikan dan ahli waris; penyelesaian sengketa; dan tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian. Selain itu, perjanjian waralaba juga dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain, dengan ketentuan penerima waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit satu tempat usaha waralaba.

Sebuah perjanjian waralaba akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba. Meskipun ada asas kebebasan berkontrak, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ini mengatur adanya beberapa

kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak. Dalam Pasal 8 ditegaskan bahwa pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan, termasuk melakukan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dilakukan oleh penerima waralaba.

Selain kewajiban tersebut, pemberi waralaba dan penerima waralaba mempunyai kewajiban untuk mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba. Pemberi waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba (Pasal 9). Ketentuan ini dimaksudkan untuk meningkatkan penggunaan produk dalam negeri dan tidak menggunakan produk luar negeri sepanjang tersedia produk pengganti dari dalam negeri dan memenuhi standar mutu produk yang dibutuhkan.

Perjanjian waralaba yang telah disepakati para pihak, yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba, wajib didaftarkan. Kewajiban mendaftarkan perjanjian waralaba ini menjadi kewajiban penerima waralaba, atau dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa (Pasal 11). Sementara itu, pendaftaran prospektus penawaran waralaba menjadi kewajiban pemberi waralaba, atau dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa (Pasal 10).

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengatur pula kewajiban pembinaan yang harus dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Kewajiban pembinaan ini (Pasal 14) berupa pemberian: pendidikan dan pelatihan waralaba; rekomendasi untuk memanfaatkan sarana pemasaran; rekomendasi untuk mengikuti pameran waralaba baik di dalam

negeri dan luar negeri; bantuan konsultasi melalui klinik bisnis; penghargaan kepada pemberi waralaba lokal terbaik, dan bantuan perkuatan modal antara lain kemudahan mendapat fasilitas kredit dan mendapatkan bunga rendah.

Pasal 13 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengamanatkan ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pendaftaran waralaba akan diatur dengan Peraturan Menteri. Setelah menunggu beberapa lama, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Sebelum sampai pada pengaturan perjanjian waralaba, Keputusan Menteri Perdagangan ini mengatur dan menjelaskan lebih lanjut mengenai isi prospektus penawaran waralaba sebagai berikut.

1. Data identitas pemberi waralaba, yaitu fotokopi kartu tanda penduduk atau paspor pemilik usaha apabila perseorangan, dan fotokopi kartu tanda penduduk atau paspor para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.
2. Legalitas usaha waralaba, yaitu izin usaha teknis seperti surat izin usaha perdagangan (SIUP), izin tetap usaha pariwisata, surat izin pendirian satuan pendidikan, atau izin usaha yang berlaku di negara pemberi waralaba.
3. Sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, dan pengembangan usaha.
4. Struktur organisasi pemberi waralaba, yaitu struktur organisasi usaha pemberi waralaba mulai dari komisaris, pemegang saham dan direksi sampai ke tingkat operasional termasuk dengan penerima waralabanya.

5. Laporan keuangan dua tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan perusahaan waralaba dua tahun berturut-turut dihitung mundur dari waktu permohonan prospektus waralaba.
6. Jumlah tempat usaha, yaitu gerai usaha waralaba sesuai dengan kabupaten/kota domisili untuk pemberi waralaba dalam negeri dan sesuai dengan negara domisili gerai untuk pemberi waralaba luar negeri.
7. Daftar penerima waralaba, yaitu daftar nama dan alamat perusahaan dan/atau perseorangan sebagai penerima waralaba dan perusahaan yang membuat prospektus penawaran waralaba baik yang berdomisili di Indonesia maupun di luar negeri.
8. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh pemberi waralaba maupun penerima waralaba, seperti pemberi waralaba berhak menerima uang waralaba dan royalti dari penerima waralaba, dan selanjutnya pemberi waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba. Penerima waralaba berhak menggunakan HKI atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba, dan selanjutnya penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan oleh pemberi waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan ini mencoba mengakomodasi protes para pelaku usaha waralaba yang merasakan ketidaksetaraan kedudukan hukum antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha asing yang bergerak dalam usaha waralaba. Bentuk penyeimbangan hak dan kewajiban para pihak

dalam usaha waralaba tersebut dapat dilihat dalam ketentuan yang mengatur bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dan mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia (Pasal 5).

Perjanjian tersebut harus sudah diserahkan kepada calon penerima waralaba paling singkat dua minggu sebelum penandatanganan perjanjian. Dalam hal perjanjian ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Perjanjian tersebut memuat paling sedikit klausula mengenai:

1. Nama dan alamat para pihak, yaitu nama dan alamat jelas perusahaan dan nama dan alamat jelas pemilik/penanggungjawab perusahaan yang mengadakan perjanjian yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba.
2. Jenis HKI, yaitu jenis HKI pemberi waralaba seperti merek dan logo perusahaan, desain gerai, sistem manajemen, pemasaran, atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.
3. Kegiatan usaha, yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan, seperti perdagangan eceran/ritel, pendidikan, restoran, apotek, atau bengkel.
4. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh pemberi waralaba maupun penerima waralaba, seperti pemberi waralaba berhak menerima royalti atau uang waralaba dari penerima waralaba, dan selanjutnya pemberi waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba. Penerima waralaba berhak menggunakan HKI atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh pemberi waralaba dan selanjutnya penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik /kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.

5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba, seperti bantuan fasilitas berupa penyediaan dan pemeliharaan komputer dan program teknologi informasi pengelolaan kegiatan usaha.
6. Wilayah usaha, yaitu batasan wilayah yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk mengembangkan bisnis waralaba, seperti di wilayah Sumatera, Jawa, Bali, atau di seluruh wilayah Indonesia.
7. Jangka waktu perjanjian, yaitu batasan waktu mulai dan berakhirnya perjanjian, seperti perjanjian kerjasama ditetapkan selama sepuluh tahun terakhir terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak.
8. Tata cara pembayaran imbalan, yaitu tata cara/ketentuan termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan seperti uang waralaba atau royalti apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab penerima waralaba.
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, yaitu nama dan alamat jelas pemilik usaha apabila perseorangan, serta nama dan alamat pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.
10. Penyelesaian sengketa, yaitu penetapan tempat/lokasi penyelesaian sengketa, seperti melalui pengadilan negeri tempat/domisili perusahaan atau melalui arbitrase dengan memperhatikan hukum Indonesia.
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian seperti perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak, perjanjian berakhir dengan sendirinya apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam perjanjian telah berakhir. Perjanjian dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak

dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.

12. Jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga jangka waktu perjanjian berakhir.

- a. Peraturan Menteri Perdagangan ini mengamanatkan kepada pemberi waralaba maupun Pemerintah untuk melakukan pembinaan. Pembinaan yang harus dilakukan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba meliputi:

13. Pendidikan dan pelatihan tentang sistem manajemen pengelolaan waralaba yang dikerjasamakan sehingga penerima waralaba dapat menjalankan kegiatan waralaba dengan baik dan menguntungkan.
14. Secara rutin memberikan bimbingan operasional manajemen, sehingga apabila ditemukan kesalahan operasional dapat segera diatasi.
15. Membantu pengembangan pasar melalui promosi, seperti melalui iklan, leaflet/katalog/brosur atau pameran.
16. Penelitian dan pengembangan pasar dan produk yang dipasarkan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima pasar dengan baik.

Adapun pembinaan yang wajib dilakukan oleh Pemerintah, antara lain meliputi:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan tentang sistem waralaba, baik bagi pemberi waralaba/penerima waralaba dalam negeri maupun bagi pengusaha yang usahanya layak untuk diwaralabakan.
2. Merekomendasikan penerima/calon penerima waralaba untuk diberikan keringanan/kemudahan memanfaatkan sarana pemasaran,

baik milik pemerintah maupun milik swasta.

3. Memfasilitasi/merekomendasikan pemberi/calon pemberi waralaba dalam negeri yang memiliki produk yang potensial dipromosikan lebih luas untuk mengikuti pameran waralaba, baik di dalam negeri maupun luar negeri.
4. Memfasilitasi klinik bisnis, baik di daerah-daerah maupun pada pameran-pameran di dalam negeri untuk dapat dimanfaatkan para pelaku usaha waralaba untuk berkonsultasi/berdiskusi tentang permasalahan yang dihadapi.
5. Mengupayakan pemberian penghargaan kepada pemberi waralaba dalam negeri yang telah berhasil mengembangkan waralabanya dengan baik, dan memberikan manfaat yang baik terhadap perekonomian nasional.
6. Memfasilitasi untuk memperoleh bantuan perkuatan permodalan bagi pemberi waralaba/penerima waralaba dalam negeri, baik melalui instansi terkait maupun melalui unsur perbankan.

Dalam Pasal 29 Peraturan Menteri Perdagangan ini ditegaskan bahwa petunjuk teknis penyelenggaraan waralaba akan diatur lebih lanjut oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. Untuk memenuhi ketentuan tersebut, maka dikeluarkan Keputusan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor: 138/PDN/KEP/10/2008 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Waralaba.

Salah satu tujuan pengaturan waralaba adalah untuk meningkatkan pembinaan usaha dengan waralaba di seluruh wilayah Indonesia, dengan mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh dan berkembang sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri, khususnya dalam memasarkan produk dalam negeri. Di samping itu, pemerintah juga merasa perlu untuk

mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pemberi waralaba, baik dari luar negeri maupun dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan waralaba. Dengan demikian pemerintah dapat memantau dan menyusun data waralaba, baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, pemberi waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada pemerintah dan calon penerima waralaba. Apabila terjadi kesepakatan perjanjian waralaba, maka penerima waralaba harus menyampaikan perjanjian waralaba tersebut kepada pemerintah.

Pengaturan hal-hal tersebut, akan tepat apabila dalam bentuk undang-undang. Hal ini dikarenakan materi tersebut menyangkut kehidupan bernegara, khususnya apabila yang mengajukan prospektus dan perjanjian waralaba tersebut adalah waralaba internasional, baik perorangan maupun badan usaha dari luar negeri. Di sini tidak hanya terjadi interaksi bisnis semata, tetapi ada kepentingan-kepentingan negara yang harus dijaga.

Hal-hal baru yang berkaitan dengan kewajiban pemberi waralaba yang akan mendaftarkan prospektus penawaran waralabanya, yaitu: pemberi waralaba harus memberikan draf/konsep perjanjian waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat dua minggu sebelum penandatanganan perjanjian. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan yang cukup bagi calon penerima waralaba untuk mempelajari sebelum memutuskan untuk kerja-sama atau tidak. Selain itu, pemberi waralaba harus kerja-sama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba, dan mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu

barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba. Selanjutnya kepada penerima waralaba dibebani kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba. Pendaftaran perjanjian ini dimaksudkan untuk menjamin kepastian hak dan kewajiban para pihak, baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, termasuk tempat penyelesaian sengketa, apabila terjadi sengketa di kelak kemudian hari. Penyelesaian sengketa tersebut dilakukan dengan menggunakan hukum Indonesia. Dalam persoalan ini, kepastian pemberian hak dan penetapan kewajiban kepada seorang warganegara Indonesia, badan usaha Indonesia, warga negara asing, badan usaha asing, akan tepat apabila diatur dalam sebuah undang-undang, karena berdasarkan ketentuan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 diatur bahwa materi yang bermuatan : hak-hak asasi manusia, hak dan kewajiban warga negara, harus diatur dengan undang-undang.

Salah satu masalah hukum yang ada dalam pelaksanaan usaha waralaba adalah adanya ketentuan yang mensyaratkan adanya HKI sebagai salah satu kriteria agar kegiatan bisnis yang dilakukan dapat disebut sebagai waralaba. Masalah ini muncul karena pendaftaran atau pencatatan HKI di Direktorat Jenderal HKI memerlukan waktu yang cukup lama, sehingga dikhawatirkan pemberi waralaba dan penerima waralaba akan kehilangan momentum untuk memulai bisnis waralaba mereka. Solusi terhadap permasalahan ini pemberi waralaba dapat mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan penerima waralaba dapat mendaftarkan perjanjian waralaba sepanjang HKI dari usaha waralaba tersebut telah didaftarkan atau dicatatkan ke Direktorat Jenderal HKI. Pendaftaran prospektus penawaran waralaba bagi pemberi waralaba yang melampirkan tanda bukti pendaftaran HKI belum dalam bentuk sertifikat atau masih dalam proses pendaftaran, maka dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba harus memuat klausula yang mengatur kemungkinan terjadinya penolakan pendaftaran HKI, dan apabila pendaftaran HKI ditolak, maka STPW pemberi waralaba dan

STPW penerima waralaba yang telah diterbitkan batal demi hukum.

Praktek tersebut dapat dikatakan bahwa telah terjadi "pelaksanaan peraturan pemerintah yang bertentangan dengan undang-undang". Apabila waralaba di Indonesia telah diatur dalam undang-undang, maka hal tersebut dapat dipandang sebagai kekhususan, sehingga dapat diterapkan asas "peraturan perundang-undangan yang lebih khusus dapat mengesampingkan peraturan perundang-undangan yang bersifat umum", dengan undang-undang di bidang HKI sebagai peraturan perundang-undangan yang bersifat umum, sedangkan undang-undang waralaba sebagai peraturan perundang-undangan yang bersifat khusus.

Persoalan yang juga perlu mendapatkan perhatian adalah pelaporan dan sanksi terhadap pelaku usaha waralaba yang melalaikan kewajiban. Ketentuan mengenai pelaporan ini ditetapkan dalam rangka mengetahui perkembangan atau pertumbuhan waralaba di masing-masing provinsi dan kabupaten/kota melalui penerbitan STPW. Pemilik STPW pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri dan penerima waralaba berasal dari luar negeri, wajib menyampaikan laporan kegiatan waralaba setiap satu tahun sekali paling lambat tanggal 31 Maret kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri cq. Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan dengan tembusan kepada kepala dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan di kabupaten/kota setempat. Pelaku usaha yang mengabaikan kewajibannya akan dikenai sanksi. Sanksi tersebut berupa sanksi administratif pemberhentian sementara dan/atau pencabutan STPW, dan sanksi administratif berupa denda. Persoalan ini terlihat jelas menyangkut materi kelembagaan negara, sehingga akan lebih tepat apabila pengaturannya dalam sebuah undang-undang waralaba.

Dewasa ini muncul fenomena hukum penggunaan waralaba sebagai instrumen pembangunan daerah (Moch Najib Imanukllah,2008:112), yaitu adanya hak

daerah untuk memperoleh sebagian pajak atau pendapatan dari usaha waralaba sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Di samping itu, pembinaan yang dilakukan terhadap usaha waralaba diarahkan untuk memperhatikan dan mendukung kemajuan sosial ekonomi setempat, di mana usaha waralaba tersebut dilakukan. Berkaitan dengan persoalan pajak tersebut, maka akan tepat apabila diatur dengan undang-undang.

Urgensi yang lain yaitu adanya kecenderungan dari para pemberi waralaba asing untuk memilih negara-negara tujuan ekspansi bisnisnya yang telah memiliki undang-undang khusus waralaba, dan mereka minta adanya upaya-upaya penyeimbangan kepentingan antara penerima waralaba dengan pemberi waralaba asing, dalam bentuk masih adanya ruang untuk penggunaan hukum selain hukum Indonesia, dalam rangka memenuhi rasa keadilan bagi pihak pemberi waralaba asing (Moch Najib Imanullah, 2010:10). Hal ini akan tepat apabila diatur dalam bentuk undang-undang. Selain itu, globalisasi bisnis waralaba berpotensi untuk timbulnya persoalan *choise of law* dan *choise of forum*, yang akan tepat apabila pengaturannya dalam bentuk undang-undang.

Sudah saatnya waralaba di Indonesia diatur dalam sebuah undang-undang. Namun demikian, terwujud atau tidaknya sangat tergantung dari kemauan politik pembentuk undang-undang. Fakta hukum menunjukkan bahwa pembentukan undang-undang lebih diarahkan pada kepentingan politik penguasa dan pihak-pihak yang berkepentingan (Hendrik Hattu, 2011:406).

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Urgensi pengaturan waralaba di Indonesia dalam sebuah undang-undang khusus telah mendesak untuk dilakukan karena

muatan-muatan yang harus diatur dan yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri, seperti asas-asas, hak-hak kewarganegaraan, perpajakan, kelembagaan kenegaraan, semestinya merupakan materi yang sementara diatur dalam undang-undang agar daya mengikatnya lebih kuat.

2. Pengaturan waralaba di Indonesia dalam sebuah undang-undang memiliki urgensi dalam hal penyelesaian persoalan taraf sinkronisasi hukum. Dengan diatur dalam sebuah undang-undang, maka persoalan taraf sinkronisasi vertikal antara Peraturan Pemerintah yang mengatur waralaba dengan beberapa undang-undang yang berhubungan/terkait, akan beralih menjadi persoalan sinkronisasi horizontal, dan undang-undang waralaba akan dipandang sebagai undang-undang yang bersifat khusus. Dengan demikian, apabila terjadi pengaturan yang berbeda antara undang-undang waralaba dengan undang-undang lainnya maka tidak dipandang lagi sebagai ketentuan yang melanggar undang-undang, melainkan sebagai pengaturan secara khusus.
3. Pengaturan waralaba dalam sebuah undang-undang juga akan menjawab dan menyelesaikan persoalan harmonisasi hukum antara pengaturan waralaba di Indonesia dengan undang-undang khusus waralaba dari berabagi negara yang pemberi waralabanya beroperasi di Indonesia, atau sebaliknya pemberi waralaba Indonesia yang menjalankan usaha waralabanya di luar negeri, sehingga akan tercipta perlindungan hukum, kepastian berusaha, dan keadilan. Selain itu, pengaturan waralaba dalam sebuah undang-undang juga akan mendorong pengusaha waralaba asing untuk beroperasi di Indonesia dengan alasan-alasan tersebut.

F.Saran

Menunggu terwujudnya undang-undang yang mengatur waralaba, maka disarankan sebagai berikut.

1. Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-Dag/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, masih tetap harus dilaksanakan secara konsekuen.
2. Pemerintah bekerjasama dengan kalangan akademisi, kalangan bisnis, kalangan

asosiasi, dan membuka partisipasi publik selaku konsumen, untuk menyusun kembali naskah akademik undang-undang waralaba yang pernah dihasilkan BPHN, tentu saja dengan perbaikan-perbaikan sesuai dengan dinamika dan perkembangan usaha waralaba di Indonesia saat ini, dan melakukan sinkronisasi hukum dengan undang-undang yang sudah ada yang terkait dengan usaha waralaba.

3. Langkah tersebut diikuti dengan langkah harmonisasi hukum dengan undang-undang khusus tentang waralaba milik negara lain dalam kerangka melakukan harmonisasi hukum.

Daftar Pustaka

- Adrian Sutedi. 2008. *Hukum Waralaba*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Agus Mardianto. 2011. "Akibat Hukum Pembatalan Pendaftaran Merek terhadap Hak Penerima Lisensi Merek menurut UU Nomor 15 Tahun 2001". *Dinamika Hukum Volume 11 No.3 September 2011*.
- Bagir Manan. 2004. *Teori dan Politik Konstitusi*. Cetakan kedua. Jogjakarta : FH UII Press.
- Bambang N. Rachmadi. 2007. *Franchising The Most Practical and Excellent Way of Succeeding*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- BPHN. 1995. *Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tentang Waralaba*. Jakarta : BPHN.
- Gunawan Widjaja. 2011. "Konsep dan Pengertian Kartel dalam Kerangka Persaingan Usaha Serta Penerapannya di Indonesia". *Hukum Bisnis Volume 30 No.2 Tahun 2011*.
- Hadi Setia Tunggal. 2006. *Dasar-dasar Pewaralabaan (Franchising)*. Jakarta : Harvarindo.
- HAS. Natabaya. 2008. *Sistem peraturan Perundang-undangan Indonesia*. Jakarta : Konpress dan Tatanusa.
- Hendrik Hattu. 2011. "Tahapan Undang-Undang Responsif". *Mimbar Hukum Vol.23 No.2 Juni 2011*.
- Moch. Basarah dan M. Faiz Muhidin. 2008. *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Moch Najib Imanullah. 2008. *Faktor Non Ekonomi dalam Waralaba*. Surakarta : UNS Press.
- , 2008. "Kontribusi Hukum Terhadap Waralaba di Indonesia". *-Yustisia Edisi 74 Mei-Agustus 2008 Tahun XVIII*.
- , 2010. "Kajian Penerapan Asas-asas Hukum Perjanjian Waralaba Internasional dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Wralaba dan Implikasi Yuridisnya". *Syar Hukum Vol XII No.1 Maret 2010*.
- , 2010. "Pengaruh Berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 Tentang Waralaba terhadap Pertumbuhan Waralaba di Indonesia". *Yustisia Edisi 80 Mei-Agustus 2010 Tahun XXI*.
- M. Puvenesvary, et.all. 2008. *Qualitative Research : Data Collection & Data Analysis Techniques*. Sintok : Penerbit UUM.
- Redaksi Majalah Info *Franchise*. 2009. *Franchise Your Business*. Jakarta : Info Franchise Publishing.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. 2007. *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta : raja Grafindo Persada.

Tri Raharjo dan Rofian Akbar. 2008. *Think Big Franchise : The Power of Franchise*. Jakarta : Info Franchise Publishing.

Yudha Bhakti Ardhiwisastra. 2000. *Penafsiran dan Konstruksi Hukum*. Bandung : Alumni.

Persantunan

Terselesaikannya penelitian dan artikel ini kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada DP2M DIKTI KEMDIKNAS yang telah membiayai penelitian melalui Program Penelitian Fundamental Tahun 2011. Terima kasih dan penghargaan juga kami sampaikan kepada LPPM dan Fakultas Hukum UNS yang telah memfasilitasi penelitian ini. Kepada Redaksi Jurnal Yustisia Fakultas Hukum UNS, terima kasih telah berkenan untuk mempublikasikan artikel kami.