

REORIENTASI PERJANJIAN FRANCHISE SEBAGAI UPAYA KESEIMBANGAN HUBUNGAN HUKUM ANTARA PARA PIHAK*

Siti Malikhatun B

Fakultas Hukum Universitas Diponegoro
Jl. Prof Soedarto, SH Tembalang, Semarang
Email : malikha_b@yahoo

Abstract

Reorientation of franchise agreement becomes very urgent, because in the development of society as long as there is an imbalance of legal relationship between franchisor with franchisee. In addition there is also a deviation from the contract law principles in the either various stages of pre contractual, contractual and post contractual.

Keywords : reorientation, franchise agreement, balance, legal relationship

Abstrak

Reorientasi perjanjian franchise menjadi suatu hal yang sangat urgen untuk dilakukan, karena dalam perkembangan di masyarakat selama ini terdapat ketidakseimbangan hubungan hukum antara pihak franchisor dengan franchisee. Di samping itu juga terdapat penyimpangan terhadap asas-asas hukum perjanjian dalam berbagai tahap baik pra kontraktual, kontraktual, maupun post kontraktual.

Kata Kunci : reorientasi, perjanjian franchise, keseimbangan, hubungan hukum

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Masyarakat tidak hanya membutuhkan kemakmuran saja, tetapi juga kesejahteraan. Kesejahteraan akan tercapai apabila keadaan masyarakat aman, tentram dan damai. Suasana semacam ini akan tercipta dengan adanya tata hukum yang baik (*goede rechtsorde*), yang sangat membantu dan memperlancar jalannya pembangunan pada umumnya¹. Dengan demikian, hukum terkait erat dengan perubahan dan perkembangan dalam masyarakat. Perubahan di bidang hukum dapat mempengaruhi perkembangan dalam masyarakat. Demikian pula sebaliknya, setiap perubahan di dalam masyarakat, dapat mempengaruhi perkembangan hukum yang terdapat di dalam masyarakat yang bersangkutan.

Mengingat hukum adalah untuk masyarakat, maka dalam pembangunan hukum perlu masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan bagi

pembentuk undang-undang dalam rangka pembaharuan hukum. Bahan masukan yang dimaksud berasal dari perilaku atau praktik yang dilakukan yang mendasari hubungan-hubungan hukum yang timbul dalam masyarakat akhir-akhir ini. Perilaku yang tetap atau *ajeg* berarti merupakan perilaku manusia yang diulang. Perilaku yang diulang itu mempunyai kekuatan mengikat. Karena dilakukan oleh orang banyak maka mengikat orang-orang lain untuk melakukan hal yang sama, karena menimbulkan keyakinan atau kesadaran, bahwa hal itu memang patut dilakukan (*die normatieve kraft des faktischen*).² Pendapat ini menggambarkan dengan jelas bahwa hukum itu dapat menampakkan dirinya tidak hanya sebagai peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga sebagai perilaku nyata dalam masyarakat.

Salah satu hubungan hukum yang selalu tumbuh dan berkembang dalam masyarakat yaitu dalam bidang perekonomian. Sri Redjeki Hartono³

* Artikel penelitian mandiri Tahun 2013

1 Sudikno Mertokusumo, 1996, *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar*, Yogyakarta, Liberty, hlm. 26.

2 Sudikno Mertokusumo, 1986, *Bunga Rampai Ilmu Hukum*, Dihimpun Oleh Kuncoro Basuki dan Retno Supartinah, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Liberty, hlm. 91.

3 Sri Redjeki Hartono, 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia, Malang, hlm. 40.

mengemukakan bahwa kegiatan ekonomi dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi, baik orang perorangan yang menjalankan perusahaan maupun badan-badan usaha yang mempunyai kedudukan sebagai badan hukum atau bukan badan hukum. Berbagai hubungan hukum dalam bidang perekonomian pada umumnya didasarkan pada perjanjian. Dengan berkembangnya masyarakat, hukum perjanjian pun senantiasa berkembang, terlebih lagi dengan makin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta munculnya era globalisasi, yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian, khususnya di bidang bisnis. Salah satu perjanjian yang banyak dipraktikkan oleh masyarakat saat ini adalah perjanjian franchise.

Makin pesatnya pertumbuhan bisnis dewasa ini menuntut adanya perkembangan juga dalam hukum perjanjian, karena hubungan antara para pihak senantiasa berkembang *franchise* sebagai bentuk usaha berkembang dengan pesat dalam berbagai bidang kehidupan, baik dalam bidang penyediaan barang maupun jasa. Bagi *franchisee* adanya sistem *franchise* tersebut memberikan berbagai keuntungan dalam hal efisiensi usaha, karena *franchisee* menggunakan kekhasan bisnis (*brain name*), merek bisnis, logo, cara memproduksi, pemasaran serta *service* juga diberikannya *technical assistance*. *Franchise* dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada pengusaha kecil maupun menengah untuk berusaha, memberikan kesempatan kerja, pemerataan dan juga lapangan kerja masyarakat. Hubungan hukum dalam *franchise* ini dasarnya adalah perjanjian, namun demikian perjanjian *franchise* ini belum diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan. Pengaturan selama ini masih bersifat administratif dan perpajakan. Padahal dalam praktik di Indonesia kedudukan *franchisee* tidak memiliki *bargaining position* dalam menentukan perjanjian, karena perjanjian *franchise* pada umumnya dibuat dalam bentuk baku, sehingga perjanjian ditentukan secara sepihak oleh *franchisor*. Seringkali *franchisor* membuat ketentuan-ketentuan perjanjian yang lebih menekankan hak *franchisor* dibandingkan kewajibannya, sebaliknya kewajiban *franchisee* lebih ditekankan dibandingkan haknya. Bahkan dalam perjanjian *franchise* ini seringkali tidak sesuai dengan asas-asas hukum perjanjian. Hal demikian berakibat pada ketidakseimbangan hubungan

hukum antara para pihak dalam perjanjian *franchise*/waralaba. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengangkat permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Hubungan hukum antara para pihak dalam perjanjian *franchise*?
2. Bagaimana keseimbangan hubungan hukum antara para pihak dalam perjanjian *franchise* dan penerapan asas-asas hukum perjanjian dalam perjanjian *franchise*?

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan *legal pluralism* yang memadukan antara pendekatan normatif dengan penelitian terhadap peraturan perundang-undangan dan perjanjian serta kepustakaan lainnya, *socio legal*, dengan penelitian hukum yang hidup di dalam masyarakat, dan filosofis dengan penelitian terhadap asas-asas hukum.

3. Kerangka Teori

Untuk membahas kedua permasalahan sebagaimana disebutkan di atas, maka dalam penelitian ini digunakan berbagai teori dan konsep untuk menganalisis, yang meliputi teori tentang perjanjian dan asas-asas hukum perjanjian, konsep tentang *franchise*, hubungan hukum, teori kompleksitas (*complexity Theory*), yang mengemukakan bahwa perkembangan pemikiran yang semula terkotak-kotak (*fragmented*) ke arah pemikiran yang menyeluruh (holistik) (*from logos to holos*), konsep pemuliaan (*breeding*) terhadap asas-asas hukum perjanjian, asas hukum ekonomi, asas hukum adat, nilai-nilai yang berkembang di dalam masyarakat dengan berbasis Pancasila sebagai Falsafah Bangsa dan Dasar Negara yang merupakan Hukum Prismatic, serta asas harmoni, teori *legal pluralism*, teori hukum progresif.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Hubungan Hukum antara Para Pihak dalam Perjanjian Franchise

Franchise (waralaba) secara yuridis baru dikenal pada tahun 1997, dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 tahun 1997. Peraturan ini sudah dicabut dan diganti dengan berlakunya PP No. 42 Tahun 2007. Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa waralaba (*franchise*) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang

perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia, yang dimaksud waralaba (*Franchise*) suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.⁴

Hubungan hukum antara para pihak dalam *franchise* ini dasarnya adalah perjanjian. Sampai saat ini belum ada aturan khusus mengenai perjanjian *franchise* di Indonesia. Masuknya perjanjian ini di Indonesia didasarkan pada asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata). Terhadap perjanjian *franchise* ini berlaku ketentuan umum dalam KUH Perdata berdasarkan Pasal 1319 yang menyebutkan bahwa semua perjanjian baik yang mempunyai nama khusus (*nominaat*) maupun yang tidak mempunyai nama khusus (*innominaat*) berlaku KUH Perdata.

Dalam *franchise* ada dua pihak yang terlibat yaitu

- 1) Pemberi waralaba (*franchisor*) yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba;
- 2). Penerima waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba (Pasal 1 angka 2 dan 3 PP Nomor 42 Tahun 2007).

Franchise ini menimbulkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Yang dimaksud dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Yang dimaksudkan

dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi. Ketentuan tersebut di atas membawa implikasi bahwa *franchise* ada kemiripan dengan lisensi (hak atas kekayaan intelektual) khususnya yang berhubungan dengan *franchise* nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu. Hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk *franchise* dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan *franchise* sebagai format bisnis.⁵

Dengan demikian dapat diketahui bahwa *franchise* tidak diberikan secara cuma-cuma, tetapi selalu ada imbalan tertentu. Berdasarkan pada kompensasi yang dapat diberikan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ada dua jenis *franchise*, yaitu:⁶

- 1) Kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*)
- 2) Kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and non monetary compensation*), misalnya lumpsum payment (*pre calculated amount*) dan *royalty*

Perjanjian waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit (Pasal 5 PP 42 tahun 2007):

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis hak kekayaan intelektual;
- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian
- h. Tata cara pembayaran imbalan; Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- i. Penyelesaian sengketa; dan
- j. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Pemberi waralaba berkewajiban:

- (1) memberikan prospektus penawaran Waralaba

4 <http://id.wikipedia.org>, diunduh tanggal 15 Juni 2014

5 Gunawan Widjaja, 2001, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, Jakarta, PT Raja Grafindo, hlm. 108.

6 Gunawan Widjaja, *Loc.Cit.*

kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran. (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :

- a. data identitas Pemberi Waralaba;
 - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba;
 - c. sejarah kegiatan usahanya;
 - d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
 - e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
 - f. jumlah tempat usaha;
 - g. daftar Penerima Waralaba; dan
 - h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. (Pasal 7 PP)
- (2) memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan (Pasal 8).
 - (3) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba 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.
 - (4) 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.

Perjanjian *franchise* pada umumnya dibuat dalam bentuk baku, yaitu suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh pihak *franchisor*. Sebagai pembuat perjanjian seringkali *franchisor* menentukan klausula yang lebih menekankan kewajiban *franchisee* daripada haknya, dan sebaliknya lebih menekankan pada hak *franchisor* daripada kewajibannya. Meskipun demikian, sampai saat ini belum ada undang-undang yang mengatur secara khusus tentang perjanjian *franchise*.

Perjanjian bentuk baku ini dalam perkembangan di masyarakat memang tidak dapat dihindari karena dibutuhkan oleh masyarakat mengingat efisiensi baik dari segi biaya, waktu dan tenaga. Di samping itu, adanya asas kebebasan

berkontrak (Pasal 1338) memungkinkan para pihak untuk menentukan sendiri bentuk dan isi perjanjian, termasuk perjanjian baku. Dalam praktik, perjanjian *franchise* seringkali tidak sejalan dengan asas-asas hukum perjanjian (asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, dan asas *pacta sunt servanda*) yang seharusnya menjadi landasan dalam setiap tahapan perjanjian baik tahap pra kontraktual, kontraktual maupun post kontraktual.

Hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian *franchise*:

a. Hak *Franchisor*

- 1) *Initial or "up front" fee*, yaitu sejumlah uang yang harus diberikan kepada *franchisor* sebagai bentuk terjadinya atau lahirnya hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*.
- 2) *Continuing Royalties*, yaitu kewajiban *franchisee* membayar jasa selama perjanjian berlangsung. Dalam hal ini ada prosentase tertentu, namun belum ada peraturan yang jelas mengenai besarnya, cara penyerahan, perhitungannya dan sebagainya.
- 3) *Others fees*.

Selain biaya-baya di atas, pada umumnya *franchisee* harus membayar biaya lain seperti *training fee*, *development/option fee*, tambahan uang sewa, komisi/pengurangan *supplier* kepada *franchisee*, *hubungan atas keterlambatan pembayaran*, *biaya audit*.⁷

Dapat dikatakan perjanjian *franchise* ini merupakan perjanjian lisensi khusus, karena adanya kewenangan dari pihak *franchisor* terhadap bisnis yang dilisensikan kepada *franchisee*, sehingga ada pelatihan (training), serta perdagangan dan manajemen, dan penggunaan *brain name* yang menjadi sandaran bagi *franchisee* dalam menggunakan *franchise* milik *franchisor*. Kewajiban *franchisor* untuk memberikan berbagai pelatihan kepada *franchisee* tidak dicantumkan secara tegas, padahal pelatihan merupakan hal utama dalam menjalankan bisnis *franchise*, karena sangat diperlukan oleh *franchisee* baik dalam meningkatkan kemampuan *franchisee* dalam mengelola bisnisnya sesuai dengan standar yang ditetapkan juga sebagai sarana transfer teknologi.

⁷ Dennis Campbell dan Louis Lafili, 1990, *Distributorships, Agency and Franchising in an International Area: Europe The United States, Japan and lain America* (The Netherlands, Kluwer Law and Taxation Publisher, Deventer, hlm. 93-94). Secara umum perjanjian *franchise* merupakan instrument kerja sama dalam hal pemasaran dengan konsep dan standar yang telah ditetapkan oleh *franchisor*. Konsep pemasaran yang diberikan oleh *franchisor* tersebut sebagai sistem yang mencakup hak milik intelektual (*intellectual property right*), *know how* yang menyangkut masalah manajemen produksi dan pelayanan yang ditawarkan oleh *franchisor* terutama dalam pelatihan dan promosi.

Teknologi yang ada tersebut melalui *technical assistance* erat kaitannya dengan kelangsungan produksi. Di sisi lain dalam rangka pengembangan bisnis secara efektif, dan erat kaitannya dengan prinsip bisnis perusahaan tersebut memiliki standar tertentu yang teruji.⁸

Dalam perjanjian *franchise* kewajiban-kewajiban *franchisor* seringkali tidak dicantumkan secara tegas, sehingga seringkali menimbulkan ketidakseimbangan. Dengan alasan untuk menstandarkan bisnis *franchise*, *franchisor* dapat menentukan agar *franchisee* menjalankan ketentuan tersebut tentunya dengan biaya-biaya lain (*other fees*) yang ditanggung sendiri. Dalam hal demikian *franchisee* tidak dapat menolak, meskipun seringkali terdapat kewajiban-kewajiban yang sebenarnya tidak diperlukan.

Selanjutnya mengenai penentuan wilayah bisnis, berkaitan dengan persaingan bisnis yang seharusnya diatur secara khusus dalam materi perjanjian *franchise*, namun dalam perjanjian *franchise* seringkali tidak dicantumkan secara tegas. Hal ini akan memungkinkan terciptanya praktik bisnis tidak sehat (*unfair business*). Sebagai contoh untuk memutuskan hubungan pihak *franchisor* mendirikan atau memberikan *franchise* kepada *franchisee* lainnya. Hal ini tidak terlepas dari *monopoly power* dalam perjanjian *franchise*.

b. Kewajiban Franchisor.

Apabila dilihat dari pengertian *franchise* maka dapat dilihat bahwa kewajiban *franchisor* adalah untuk melakukan atau memberikan bantuan teknik (*technical assistance*), pelatihan (*training*) dan tenaga kerja, perdagangan dan manajemen (*merchandising and management*). Kewajiban tersebut bahkan sudah dilakukan sebelum bisnis dimulai.

Menurut Jenny Barmawi⁹ kewajiban yang dibebankan kepada *franchisor* adalah:

- a. Memberikan ijin kepada *franchisee* untuk mempergunakan:
 1. Merek dagang, logo, dan desain berdasarkan perjanjian lisensi;
 2. *Trade secret*, yaitu *franchisor* menyampaikan kepada *franchisee* terhadap

rahasia dagang yang dimilikinya hak yang menyangkut *spice and formulation (know haow)* yang manajemennya (*metode operational*)

3. Perlindungan *territorial* terhadap persaingan antar merek.
- b. Program pelatihan dan tenaga kerja

c. Hak franchisee dalam Perjanjian Franchise

1. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan *franchise* yang diberikan tersebut;
2. Memperoleh bantuan dari *franchisor* atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan. Hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek *franchise*

d. Kewajiban Franchisee: membayar fee kepada franchisor.

Ada beberapa keuntungan dari *franchisee* dalam *franchise* yaitu¹⁰:

- 1) Merek yang terkenal; Standar kualitas serta keseragaman dari produk dan *service*
- 2) Resep khusus dalam pemasaran, dan pencatatan;
- 3) Saran pemilihan lokasi, desain outlet, pemasaran, dan permodalan;
- 4) Kerangka bisnis;
- 5) Metode dan prosedur operasi untuk membuat serta menjual produk;
- 6) Sudah dikenal;
- 7) Menerima informasi yang berguna seperti kompetisi, kebutuhan produk; kebiasaan masyarakat;
- 8) Sumber pengadaan barang dan jasa;

8 Richard D. Robinson, 1998, *The International transfer of Technology: Theory, Issue, and Practice*, USA: Bullinger Publishing Company, hlm. 14.

9 Jenny Barmawi, *Masalah Tanggung Jawab dalam Usaha Franchise*, Makalah dalam Pertemuan Ilmiah tentang Usaha franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, BPHN.

10 Faisal Santiago, 2012, *Pengantar Hukum Bisnis*, Jakarta, Mitra Wacana Media, hlm. 76

9) Pelatihan dari orang yang sudah profesional;

10) Bantuan keuangan

Di samping keuntungan, terdapat beberapa kerugian bagi *franchisee*, yaitu sebagai berikut.

- 1) Penekanan kontrol;
- 2) *Franchise fee*;
- 3) Sukar menilai kualitas *franchisor*
- 4) Kontrak yang membatasi;
- 5) Tingkat ketergantungan pada *franchisor* tinggi;
- 6) Kebijakan-kebijakan *franchisor*;
- 7) Reputasi dan citra merek turun

2. Keseimbangan Hubungan Hukum dalam Perjanjian Franchise dan Penerapan Asas-Asas Hukum Perjanjian

Keseimbangan hubungan hukum dalam perjanjian sangat diperlukan agar perjanjian benar-benar dapat memberikan perlindungan hukum bagi kedua pihak, termasuk dalam perjanjian *franchise*. Perlindungan hukum antara para pihak dalam perjanjian *franchise* ini dapat dilihat dari perlindungan hukum melalui campur tangan negara maupun dalam perjanjian *franchise*

a. Perlindungan Hukum Perjanjian *franchise* melalui Campur Tangan Negara

Pengaturan *franchising* melalui campur tangan Negara bukan berarti berseberangan dengan prinsip-prinsip pasar bebas/perdagangan bebas (*free market/free trade*), namun lebih tertuju pada penciptaan iklim bisnis *franchise* yang fair dan transparan, keseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Campur tangan Negara ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu pengusaha kecil dan menengah, bukan dalam campur tangan yang bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak, melainkan ditujukan pada kebijakan bagi perjanjian *franchise* yang dibuat para pihak.

Ada dua aspek pokok yang menyangkut campur tangan pemerintah atau negara yaitu:

1. Aspek Internal

Eksistensi perjanjian *franchise* yang ada baik dalam hal pendaftaran, kewajiban untuk terbuka bisnis *franchisor* kepada *franchisee*, jangka waktu, *royalty* maupun permasalahan pemutusan hubungan. Selama ini perjanjian *franchise* seringkali dilakukan di bawah tangan dan tidak ada pengawasan atas perjanjian

franchise sebagai suatu perjanjian lisensi, pengawasan atas materi perjanjian, padahal seharusnya dapat dilakukan pada waktu perjanjian *franchise* didaftarkan. Ketentuan untuk mendaftarkan sebenarnya dimaksudkan sebagai pengawasan atas materi perjanjian agar memuat ketentuan yang memberikan keseimbangan antara kedua belah pihak dan tidak bertentangan dengan asas-asas hukum perjanjian dalam berbagai tahap (pra kontraktual, kontraktual, maupun post kontraktual).

Yang perlu mendapatkan perhatian dalam hal ini adalah:

a. Jangka waktu yang umumnya diterapkan hanya 2 sampai 5 tahun. Jangka waktu ini relatif pendek, meskipun ada kesempatan untuk perpanjangan, namun jika ada pemutusan perjanjian *franchisee* akan rugi karena investasi *franchise*, *franchise fee*, *royalty* serta *fee* lainnya yang dikeluarkan sangat besar.

b. Royalti

Selama ini dasarnya adalah *gross sales* yang pada prinsipnya menguntungkan pihak *franchisor* karena nilainya lebih pasti. Hal ini tanpa mempertimbangkan apakah bisnis yang dijalankan *franchisee* efisien atau tidak.

c. Pemutusan hubungan bisnis

Pada umumnya perjanjian *franchise* lebih memberikan kewenangan pemutusan hubungan oleh *franchisor*, yang menunjukkan bahwa *franchisor* mempunyai bargaining position lebih tinggi

2. Aspek Eksternal

Aspek pengawasan pemerintah/Negara dengan membuat peraturan perundang-undangan perjanjian *franchise*, yang mencakup hal-hal:

Dalam proses perjanjian, baik pra kontraktual, kontraktual dan post kontraktual yaitu pelaksanaan perjanjian seharusnya memperhitungkan apakah bisnis *franchise* tersebut akan merugikan para pihak atau masyarakat sekitar perjanjian tersebut. Apakah dengan bisnis tersebut akan menciptakan suasana bisnis yang kondusif, yang mendukung perekonomian nasional atau justru

sebaliknya akan mengganggu perkonomian bagi pengusaha kecil dan menengah.

b. Perlindungan Hukum Melalui Perjanjian Franchise

Dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* pada umumnya menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antara para pihak yang disebabkan oleh adanya perbedaan *bargaining position*, belum ada aturan khusus yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian *franchise*. Di samping itu seharusnya dalam hal demikian dalam perjanjian didasarkan pada asas-asas¹¹ hukum perjanjian (asas konsensualisme, kebebasan berkontrak dan asas *pacta sunt servanda*) sebagaimana tertuang dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang meliputi asas konsensualisme yang berarti bahwa perjanjian terjadi dengan adanya kata sepakat; asas kebebasan berkontrak, yang berarti bahwa adanya kebebasan para pihak dalam menentukan bentuk perjanjian, isi perjanjian, membuat atau tidak membuat perjanjian, pihaknya siapa dan ketentuan hukum yang *franchise* diperlukan pemahaman mengatur; Asas *pacta sunt servanda* (asas mengikatnya perjanjian), bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak.

Dalam praktik ternyata asas-asas hukum perjanjian sebagaimana disebutkan di atas juga banyak disimpangi. Hal ini terlihat sejak tahap pra kontraktual, tidak ada negosiasi dalam penyusunan perjanjian, karena pihak *franchisee* tidak dapat ikut menentukan perjanjian maupun mengubah klausula perjanjian; pada tahap kontraktual seluruh isi perjanjian *franchise* ditentukan oleh pihak *franchisor* padahal terdapat ketentuan-ketentuan yang menunjukkan ketidakseimbangan. Pada tahap post kontraktual, yaitu pelaksanaan perjanjian pada umumnya ditentukan bahwa *franchisor* dapat memutuskan secara sepihak. Ini menunjukkan bahwa asas-asas hukum perjanjian tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya. Semua hal tersebut berakibat pada kurangnya perlindungan

hukum bagi *franchisee* dalam perjanjian *franchise*.

Penyimpangan ini terjadi baik secara normatif, sosiologis maupun filosofis, sehingga sangat diperlukan pemahaman secara menyeluruh/holistik. Pemahaman menyeluruh tentang sistem kehidupan dideskripsikan oleh Fritjoff Capra¹² dalam teori kompleksitas (*complexity Theory*), yang mengemukakan bahwa perkembangan pemikiran yang semula terkotak-kotak (*fragmented*) ke arah pemikiran yang menyeluruh (holistik) (*from logos to holos*). Fritjoff Capra kemudian memunculkan teori kompleksitas ke dalam ranah sosial, dengan mengintegrasikan dimensi fiilosofis, kognitif dan sosial dengan tujuan bukan hanya untuk memberikan pandangan yang utuh atas kehidupan, pikiran dan masyarakat, melainkan juga mengembangkan suatu pendekatan koheren yang sistematis pada berbagai permasalahan kritis yang muncul saat ini. Supaya dalam perjanjian *franchise* terwujud adanya keseimbangan antara para pihak maka reorientasi perjanjian *franchise* menjadi sangat urgen untuk dilakukan.

Ketika asas-asas Hukum Perjanjian yang menjadi landasan dalam perjanjian dalam semua tahap telah disimpangi, maka sangat penting dilakukan pengintegrasian asas-asas hukum perjanjian Indonesia dengan asas-asas hukum lain terutama asas hukum ekonomi,¹³ asas hukum adat, nilai-nilai yang berkembang di dalam masyarakat dengan berbasis Pancasila sebagai Falsafah Bangsa dan Dasar Negara yang merupakan Hukum Prismatic, sehingga menghasilkan asas hukum perjanjian prismatic¹⁴ yang dinamakan asas harmoni¹⁵ yang dapat Menciptakan Hubungan Hukum yang Seimbang Antara Para Pihak. Asas harmoni ini merupakan integrasi berbagai asas yaitu asas kepatutan/kewajaran (*equity*), keadilan (*fairness*), laras¹⁶, rukun, keseimbangan, proporsionalitas. Asas harmoni berkaitan dengan proses perjanjian dan substansi perjanjian, dan mempunyai keterpaduan dengan asas hukum perjanjian lain yang telah ada yaitu asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, asas kekuatan mengikat perjanjian. Dengan asas hukum

11 Asas hukum bukan merupakan hukum konkrit, melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak, atau merupakan latar belakang peraturan konkrit yang terdapat dalam dan di belakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat diketemukan dengan mencari sifat-sifat dan ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut.

12 Fritjoff Capra, Capra, Fritjof, *The Hidden Connections, Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme*, Yogyakarta, Jalasutra, hlm. 86

13 Asas-asas hukum ekonomi yang sangat patut mendapat perhatian adalah 1) asas keseimbangan kepentingan; 2) asas pengawasan publik, 3) asas campur tangan negara terhadap kegiatan ekonomi. Lihat Sri Redjeki Hartono, 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Malang, Bayumedia Publishing, hlm. 62.

14 Konsep masyarakat prismatic (*prismatic type of society*) merupakan integrasi antara masyarakat *fused types of society* yang meruakan masyarakat yang utuh dengan prototipr kekerabatan (paguyuban) dengan masyarakat *diffacted types of society* dengan prototype spesifik (patembayan). Lihat Fred W. Riggs, 1964,

hasil pengintegrasian, maka kontrak tidak hanya bersifat yuridis, tetapi juga sosiologis, filosofis, yang tidak hanya memperhatikan aspek materiil tetapi juga berdimensi moral religius. Dalam hal demikian perjanjian tidak hanya didasarkan pada hukum negara (*state law*) tetapi juga hukum alam (*natural law/moral/agama*), serta hukum yang hidup di dalam masyarakat (*the living law*). Pendekatan hukum dilakukan dengan pendekatan *legal pluralism*¹⁷ yang menyatukan pendekatan filosofis, yuridis, *socio legal*.¹⁸ Cara ber hukum demikian sangat tepat dikatakan sebagai cara ber hukum yang progresif yang mendasarkan pandangan bahwa hukum adalah untuk kebahagiaan masyarakat, hukum harus bisa mewujudkan harmoni, sehingga terdapat keseimbangan antara nilai-nilai Ketuhanan (moral religius), kemanusiaan (humanistik), kemasyarakatan (nasionalistik, demokratik dan keadilan sosial). Dengan demikian hukum benar-benar dapat mewujudkan ide dasar yang meliputi keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum.

C. Simpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Dalam perjanjian *franchise* seringkali pihak *franchisor* sebagai pembuat perjanjian menentukan klausula yang menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antara para pihak
2. Dalam perjanjian *franchise* ternyata *franchisee* kurang mendapatkan perlindungan hukum, karena meskipun ada ketentuan yang mengatur tentang adanya kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba, namun dalam praktiknya meskipun dalam perjanjian

tersebut menunjukkan ketidakseimbangan, tetap tidak diperhatikan. Hal ini disebabkan kurangnya pengawasan dari pemerintah, adanya ketidakseimbangan *bargaining position* antara para pihak, dan tidak adanya aturan khusus tentang perjanjian *franchise*. Oleh karena itu reorientasi perjanjian *franchise* terutama terhadap asas hukum perjanjian yang menjadi landasan dalam pembuatan, isi, maupun pelaksanaan perjanjian menjadi suatu hal yang urgen untuk segera dilakukan agar terwujud perjanjian yang memberikan keseimbangan antara para pihak.

Berdasarkan simpulan diatas, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pembentuk undang-undang segera membuat undang-undang khusus yang mengatur perjanjian *franchise* di Indonesia sebagai rambu-rambu bagi pelaksanaan perjanjian *franchise* sehingga dapat memberikan keseimbangan bagi para pihak
2. Pemerintah membentuk badan pengawas yang terdiri dari unsur pemerintah, tokoh masyarakat, dan pengusaha yang bertugas untuk mengawasi pelaksanaan kegiatan *franchise* di masyarakat.
3. Para pihak dalam pembuatan perjanjian seharusnya mendasarkan pada asas-asas hukum perjanjian supaya terdapat keseimbangan hubungan hukum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Barmawi, Jenny, *Masalah Tanggung Jawab dalam Usaha Franchise*, Makalah dalam Pertemuan Ilmiah tentang Usaha *franchise*

-
- Administration in Developing Countries: The Theory of Prismatic Society*, Boston: Hought Mifflin Company, hlm 176.
- 15 Harmoni adalah keselarasan. *Harmoni* secara umum dapat dikatakan sebagai kejadian dua atau lebih nada dengan tinggi berbeda dibunyikan bersamaan. Lihat <http://wikipedia.or.id>, diunduh tanggal 2 Pebruari 2011.
 - 16 Tiga asas dalam hukum adat yaitu asas rukun, asas patut, dan asas laras yang kurang mendapat perhatian baik dalam ilmu hukum adat maupun praktik hukum. Asas laras (harmoni) berkenaan dengan persoalan bagaimana memuaskan kebutuhan estetis yang hidup di dalam masyarakat, bagaimana suster sengketa dapat diselesaikan sehingga baik para pihak maupun masyarakat menerima dan mendukung secara optimal cara penyelesaian sengketa yang ditawarkan. Asas keselarasan memberikan jawaban atas suatu persoalan sehingga penyelesaiannya itu dianggap memuaskan, baik oleh pihak yang langsung berkepentingan maupun oleh masyarakat. Herlien Budiono, 2008, *Kumpulan Tulisan Hukum Perdata di Bidang Kenotariatan*, Cetakan II, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, hlm. 242.
 - 17 Pendekatan *legal pluralism* yang digambarkan oleh Werner Menski menunjukkan bahwa dunia hukum mencakup suatu pluralitas dalam ruang dan waktu. *Legal pluralism* merupakan integrasi sempurna untuk memahami dan menegakkan hukum dalam masyarakat majemuk (plural). Pendekatan *legal pluralism* mengandalkan adanya pertautan antara *state law (positive law)*, aspek kemasyarakatan (*socio legal approach*), dan *natural law (moral/ethic/religion)*. Werner Menski, 2006, *Comparative Law in A Global Context, The Legal Systems of Asia and Africa*, Second Edition, United Kingdom, Cambridge University Press.
 - 18 Hukum progresif mempunyai tujuan besar berupa kesejahteraan dan kebahagiaan manusia, maka hukum selalu berada pada status *law in the making*. Hukum tidak ada untuk dirinya sendiri dan tidak bersifat final, sehingga apabila hukum itu tidak memberikan jaminan perlindungan hukum bagi manusia, maka harus dilakukan perubahan. Satjipto Rahardjo, 2009, *Hukum Progresif Sebuah Sintesa Hukum Indonesia*, Yogyakarta, Genta Publishing, hlm. 47-48

- dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, BPHN.
- Budiono, Herlien, 2008, *Kumpulan Tulisan Hukum Perdata di Bidang Kenotariatan*, Cetakan II, Bandung: PT Citra: Aditya Bakti.
- Capra, Fritjof, *The Hidden Connections, Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme*, Yogyakarta : Jalasutra.
- Hartono, Sri Redjeki, 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Menski, Werner, 2006, *Comparative Law in A Global Context, The Legal Systems of Asia and Africa*, Second Edition, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Mertokusumo, Sudikno, 1996, *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Liberty.
- Mertokusumo, Sudikno, 1986, *Bunga Rampai Ilmu Hukum*, Dihimpun Oleh Kuncoro Basuki dan Retno Supartinah, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Liberty.
- Rahardjo, Satjipto, 2009, *Hukum Progresif Sebuah Sintesa Hukum Indonesia*, Genta Publishing: Yogyakarta.
- Riggs, Fred W., 1964, *Administration in Developing Countries: The Theory of Prismatic Society*, Boston: Hought Mifflin Company.
- Robinson, Richard D., 1998, *The International transfer of Technology: Theory, Issue, and Practice*, USA: Bullinger Publishing Company.
- Santiago, Faisal, 2012, *Pengantar Hukum Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widjaja, Gunawan, 2001, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, Jakarta, PT Raja Grafindo.

Website

<http://id.wikipedia.org>, diunduh tanggal 15 Juni 2014

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan Waralaba