



Pelaksanaan Perlindungan Hukum Mitra Penerima Waralaba Atas Risiko Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pemberi Kemitraan

Grace Anna Belle Gosal¹, Urbanisasi²

^{1,2} Universitas Tarumanagara

Abstract

Received: 23 Oktober 2023

Revised: 30 Oktober 2023

Accepted: 06 November 2023

Franchising is an agreement regarding the distribution method of goods and services to consumers, in which the business is operated according to the procedures and methods set by the franchisor, and the franchisor provides assistance to the franchisee. The author's research addresses the issue of legal protection for franchises regarding the risks of losses caused by the franchisor's mistakes. The research method used is juridical-normative, which involves examining the relevant legislation related to the underlying issues raised. The research findings indicate that the implementation of legal protection for franchises regarding the risks of losses caused by the franchisor's mistakes shows that the franchise agreement serves as the applicable legal foundation in operating the agreed-upon relationship. This agreement provides both preventive and punitive legal protection. However, there are obstacles and efforts to protect the franchisee, as the assumption that the franchisee is prohibited from transferring the received know-how to others may be less appropriate, as Article 3 of the Ministry of Trade Regulation allows for the inclusion of provisions for subsequent franchise agreements.

Keywords: Legal Protection, Loss Risk, Franchise

(*) Corresponding Author: grace.205210107@stu.untar.ac.id

How to Cite: Gosal, G. A. B., & Urbanisasi, U. (2023). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Mitra Penerima Waralaba Atas Risiko Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pemberi Kemitraan. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10115496>

PEMBAHASAN

Bisnis waralaba atau dikenal dengan sebutan franchise memang menjadi salah satu jenis usaha yang diminati masyarakat maka tak ayal telah menjamur dan menyebar luas hingga menyebabkan penetrasi pasar yang lebih cepat. Banyak sekali keuntungan atau kemudahan yang didapatkan ketika menjajaki bisnis waralaba ini mulai dari penerima waralaba tidak perlu membangun bisnis dari awal, tingkat resiko yang lebih kecil, dan adanya pelatihan maupun dukungan berkesinambungan dari pemberi waralaba (Nadya Zahira, 2022). Bagi sebagian pelaku bisnis ini dapat meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan yang dapat lebih menjanjikan apabila dibandingkan dengan bisnis yang pada umumnya. Waralaba merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperluas jaringan usaha dan dalam menjawab tantangan jaman modern (Usman, 2018).

Waralaba merupakan salah satu bentuk sistem bisnis dimana pemberi waralaba (franchisor) memberikan hak kepada penerima waralaba (franchisee) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (franchise agreement) (Septiana, 2017) . Sistem ini bagi

sebagian usahawan yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu perusahaan karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak lain. Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini (Asmorowati, 2020).

Sistem tersebut tidak membutuhkan investasi langsung, tetapi melibatkan kerjasama dengan pihak lain. Dengan kata lain, waralaba merupakan salah satu bentuk kemitraan yang didasarkan pada hubungan saling menguntungkan di antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Berhasil atau tidaknya bisnis dengan sistem waralaba tergantung sepenuhnya kepada kemampuan mitra usaha penerima waralaba dalam mengembangkan dan menjalankan usaha waralaba melalui tata cara, proses dan aturan yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Dalam sistem waralaba, penerima waralaba diberikan hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh pemberi waralaba. Pemberi waralaba memperoleh royalti atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh penerima waralaba. Hal ini berarti, bahwa penerima waralaba menjalankan sendiri usahanya dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan pemberi waralaba (Gunawan Widjaja, 2002). yang membawa akibat lebih lanjut bahwa usaha dengan sistem waralaba adalah usaha mandiri yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya, sehingga pemberian waralaba harus bersifat eksklusif, bahkan mewajibkan terjadinya non-Competition Clause bagi penerima waralaba sampai berakhirnya pemberian waralaba.

Bisnis franchise dikenal juga dengan jalur distribusinya yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchise. Satu hal yang menarik dari bisnis franchise yang semakin kesini semakin maju adalah banyaknya bisnis atau usaha yang ditawarkan kepada para konsumen dengan berbagai jenis produk barang maupun jasa. Begitu menarik dan menguntungkannya jenis bisnis franchise ini, maka pemerintah berkepentingan pula untuk mengembangkan bisnis di Indonesia guna terciptanya iklim kemitraan usaha melalui pemanfaatan bisnis lisensi sistem bisnis franchise. Di Indonesia, kini mulai banyak menjual aneka makanan dan minuman modern yang pemasarannya dilakukan di pusat-pusat pertokoan atau di pinggir-pinggir jalan perkotaan yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat (Adrian Sutedi, 2008).

Di sisi lain, penerima waralaba, baik individu maupun entitas, yang menjalankan usaha sebagai mitra dari pemberi waralaba, harus memastikan bahwa kegiatan usahanya telah mengikuti ketentuan dan prosedur yang diberikan. Mereka juga membutuhkan kepastian bahwa produk yang mereka tawarkan telah teruji dan disukai oleh masyarakat, serta memberikan manfaat finansial bagi mereka. Dalam konteks ini, penting untuk dicatat bahwa kepastian dan perlindungan hukum adalah aspek yang diinginkan baik oleh pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan jenis penelitian hukum yuridis-normatif yang mengkaji pokok permasalahan berdasarkan kaidah hukum dan norma yang ada dan berfokus pada hukum positif (Soerjono, 2003). Pendekatan penelitian yang digunakan yakni dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konsep (conceptual approach). Penelitian ini juga dibantu dengan jenis bahan hukum yakni bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Kemudian teknik penelusuran bahan hukum yang digunakan yakni library research yakni penelusuran bahan hukum dengan sumber-sumber yang tersedia. Teknik analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini setelah dikumpulkan kemudian dianalisis dan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian hingga disajikan dalam tulisan yang komprehensif dan sistematis (Yudha Bhakti Ardiwisastra, 2012)..

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM KONTRAK STANDAR PERJANJIAN WARALABA

Indonesia telah mengenal waralaba sebagai suatu industri yang bukanlah hal baru. Sejak tahun 1997, legalitas yuridis waralaba di Indonesia telah diatur melalui Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Selanjutnya, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 mengatur ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba. Kemudian, aturan ini mengalami perubahan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 yang mengatur penyelenggaraan waralaba. Waralaba pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor dan franchisor memberikan bantuan (assistance) terhadap franchise. Pada penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan terkait dengan pelaksanaan perlindungan hukum franchise atas resiko kerugian yang ditimbulkan oleh kesalahan pewaralaba (franchisor) (Gunawan Widjaja, 2001).

Konsep waralaba dalam hukum Indonesia menurut ketentuan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan pengertian waralaba yakni 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. Rumusan tersebut di atas tidak jauh berbeda dari rumusan yang diberikan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Rumusan mengenai waralaba tersebut dengan tegas menyatakan bahwa pemberian waralaba adalah suatu bentuk pemberian hak dan atau kewenangan dari satu pihak tertentu (Pemberi Waralaba) kepada pihak lainnya (Penerima Waralaba) untuk suatu jangka waktu tertentu, menjalankan usaha, termasuk menjual atau memperdagangkan produk-produk dalam bentuk barang dan jasa, dengan memanfaatkan atau mempergunakan Hak Kekayaan Intelektual, dengan imbalan dalam bentuk pembayaran royalti, sebagaimana diatur dalam perjanjian waralaba

tersebut. Dengan demikian maka pada prinsipnya, penelenggaraan waralaba tidak jauh berbeda dengan pembukaan kantor cabang. Hanya saja dalam pembukaan kantor cabang segala sesuatu didanai dan dikerjakan sendiri, sedangkan pada waralaba penyelenggaraan perluasan usaha tersebut didanai dan dikerjakan oleh pihak lain yang dinamakan Penerima Waralaba atas risiko dan tanggung jawabnya sendiri, dalam bentuk usaha sendiri, namun sesuai dengan arahan dan instruksi serta petunjuk Pemberi Waralaba.

Apabila kita cermati Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, terdapat beberapa konsep perlindungan hukum terhadap usaha waralaba, yaitu: 1) Pasal 3 huruf f yang menyebutkan bahwa waralaba harus merupakan suatu hak kekayaan intelektual yang sudah terdaftar. Sehingga terdapat kepastian hukum dalam bisnis waralaba, menghilangkan keragu-raguan akan waralaba yang ditawarkan; 2) terdapatnya ketentuan yang mengharuskan dibuatnya perjanjian waralaba dalam Bahasa Indonesia; 3) keharusan pemberi waralaba untuk memberikan prospektus sebelum membuat perjanjian waralaba, sehingga sangat melindungi kepentingan calon penerima waralaba. Adanya aturan ini memberikan ruang bagi calon penerima waralaba untuk terlebih dahulu mempelajari waralaba yang bersangkutan; 4) ada keharusan untuk mencantumkan klausula minimal dalam perjanjian waralaba, hal ini akan menciptakan keseimbangan posisi para pihak dalam perjanjian sekaligus memberikan perlindungan hukum.

Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 berbunyi :

- 1) Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba 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.

Bahwa dalam Pasal 7 tersebut diatur mengenai pemberi waralaba harus memberikan prospektus kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran artinya yakni pemberi Waralaba diwajibkan untuk menyediakan dan memberikan kepada calon penerima Waralaba sebuah dokumen yang disebut prospektus penawaran Waralaba pada saat mereka melakukan penawaran atau ajakan untuk bergabung dalam sistem Waralaba yang mereka miliki. Prospektus penawaran Waralaba merupakan dokumen yang berisi informasi yang lengkap dan jelas mengenai sistem Waralaba yang ditawarkan oleh pemberi Waralaba. Dokumen ini berfungsi sebagai panduan bagi calon penerima Waralaba dalam memahami seluruh aspek yang terkait dengan Waralaba tersebut, termasuk hak dan kewajiban mereka sebagai mitra usaha Waralaba (Suseno, 2007).

Kemudian dalam Pasal 7 ayat (2) yang berbunyi "Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai..." adalah

bahwa prospektus penawaran Waralaba yang disebutkan dalam ayat sebelumnya harus mencakup setidaknya informasi berikut:

- a. Data identitas Pemberi Waralaba: Informasi mengenai identitas perusahaan atau individu yang menjadi pemberi Waralaba, termasuk nama, alamat, nomor telepon, dan informasi kontak lainnya.
- b. Legalitas usaha Pemberi Waralaba: Informasi mengenai keabsahan dan legalitas usaha pemberi Waralaba, termasuk izin-izin yang diperlukan untuk menjalankan bisnis Waralaba.
- c. Sejarah kegiatan usahanya: Gambaran mengenai sejarah dan perkembangan bisnis pemberi Waralaba, termasuk informasi mengenai berapa lama mereka telah beroperasi dan pencapaian yang telah dicapai.
- d. Struktur organisasi Pemberi Waralaba: Informasi tentang struktur organisasi pemberi Waralaba, termasuk bagaimana perusahaan tersebut diorganisasikan dan bagaimana sistem manajemen dan pengawasannya diatur.
- e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir: Laporan keuangan pemberi Waralaba selama dua tahun terakhir, yang mencakup informasi tentang pendapatan, pengeluaran, laba, dan aspek keuangan lainnya yang relevan.
- f. Jumlah tempat usaha: Informasi mengenai jumlah tempat usaha yang dimiliki atau dioperasikan oleh pemberi Waralaba, yang dapat memberikan gambaran tentang jangkauan dan skala perasional bisnis Waralaba.
- g. Daftar Penerima Waralaba: Daftar lengkap penerima Waralaba yang telah bergabung dengan sistem Waralaba yang ditawarkan oleh pemberi Waralaba.
- h. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba: Rincian mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pemberi Waralaba dan penerima Waralaba, termasuk hak dan kewajiban finansial, pelatihan, dukungan, serta ketentuan-ketentuan lainnya yang berlaku dalam perjanjian Waralaba.

Prospektus penawaran Waralaba biasanya mencakup informasi mengenai profil perusahaan, gambaran umum tentang produk atau jasa yang ditawarkan, biaya dan royalti yang harus dibayar, pelatihan dan dukungan yang diberikan, persyaratan operasional, masa berlaku kontrak, serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku dalam perjanjian Waralaba. Tujuan utama dari memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon penerima Waralaba adalah untuk memberikan transparansi dan kejelasan mengenai keseluruhan aspek bisnis Waralaba tersebut. Hal ini memungkinkan calon penerima Waralaba untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang diberikan, memahami risiko dan manfaat yang terkait dengan menjadi mitra usaha Waralaba, serta melindungi kepentingan mereka sebelum mereka sepakat untuk bergabung dalam sistem Waralaba yang ditawarkan.

Pasal 5 Permendag Nomor 71 Tahun 2019 berbunyi:

- 1) Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan harus menyampaikan Prospektus Penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba atau calon Penerima Waralaba Lanjutan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan Perjanjian Waralaba
- 2) Prospektus Penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit materi atau klausula sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini

- 3) Dalam hal Prospektus Penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing harus diterjemahkan secara resmi ke dalam Bahasa Indonesia.

Perjanjian waralaba berakhir setelah jangka waktu di mana pemegang franchise diizinkan untuk menggunakan lisensi atau sistem yang diwaralabakan. Lamanya waktu ini ditetapkan dalam perjanjian yang telah disepakati. Menurut penelitian yang dilakukan di Indonesia, periode tersebut berkisar antara 5 hingga 10 tahun, dengan kemungkinan adanya perpanjangan. Namun, dalam prakteknya, pemilik franchise memiliki hak untuk mengakhiri perjanjian lebih awal jika pemegang franchise tidak dapat memenuhi kewajibannya (Usman). Apabila franchisor menghentikan perjanjian waralaba sebelum jangka waktu berakhir, franchisor berhak untuk membuat perjanjian waralaba baru asalkan semua masalah yang timbul dari perjanjian sebelumnya telah diselesaikan dan dijelaskan dengan tegas dalam surat pernyataan yang disepakati oleh semua pihak yang terlibat.

Penyertaan informasi-informasi tersebut dalam prospektus penawaran Waralaba bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada calon penerima Waralaba mengenai latar belakang, kondisi keuangan, dan aspek-aspek penting lainnya yang terkait dengan pemberi Waralaba dan bisnis Waralaba yang ditawarkan. Hal ini memberikan calon penerima Waralaba landasan yang kuat untuk mengambil keputusan yang tepat sebelum bergabung dalam sistem Waralaba tersebut.

UPAYA HUKUM YANG DILAKUKAN OLEH PENERIMA WARALABA DALAM PERJANJIAN KONTRAK JIKA PENERIMA WARALABA DIRUGIKAN

Perjanjian Waralaba mengatur hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk menjalankan kegiatan waralaba. Secara dasar, waralaba adalah bentuk pemberian lisensi, tetapi dengan beberapa perbedaan dibandingkan dengan pengertian lisensi umumnya. Waralaba menekankan kewajiban penerima waralaba untuk menggunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran, penjualan, dan hal-hal lain yang ditentukan secara eksklusif oleh pemberi waralaba. Penerima lisensi tidak diizinkan melanggar atau mengabaikan ketentuan tersebut, sehingga waralaba cenderung bersifat eksklusif. Kontrak waralaba merupakan dokumen yang mendetailkan transaksi tersebut. Bukan hanya itu saja, terdapat hambatan non-yuridis lainnya yaitu pihak yang dianggap kuat kedudukannya dalam perjanjian waralaba ini adalah franchisor, pihak franchisee hanya mengikuti sesuai format dan prosedur dari franchisor dan otomatis pihak franchisee telah sepakat, dengan ketentuan-ketentuan yang ada di dalam perjanjian waralaba tersebut. Perjanjian baku sepihak ini berupa secara tertulis yang didalamnya memuat hak dan kewajiban, tugas dan sebagainya.

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, waralaba diatur oleh perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Jika perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, maka harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sebelum membuat perjanjian waralaba, pemberi waralaba atau kuasanya wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan memberikannya kepada calon penerima waralaba paling lambat 2 minggu sebelum penandatanganan perjanjian. Perjanjian waralaba dapat berbentuk otentik atau di bawah tangan, tetapi

substansi perjanjian tersebut dapat dikategorikan sebagai perjanjian standar atau baku. Hal ini terlihat dari klausula perjanjian waralaba yang mencantumkan syarat-syarat baku yang bersifat eksklusif bagi pemberi waralaba. Dalam aspek yuridis, peneliti menyatakan bahwa perjanjian standar atau baku dalam perjanjian waralaba tersebut tidak bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak, mengingat masih terdapat negosiasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam merumuskan perjanjian. Pengembangan bisnis melalui sistem waralaba telah menjadi salah satu pilihan yang populer bagi banyak pengusaha di Indonesia. Dalam menjalankan usaha waralaba, penerima waralaba memiliki hak-hak yang diatur oleh undang-undang dan peraturan yang berlaku. Salah satu peraturan yang menjadi acuan dalam menjalankan perjanjian waralaba di Indonesia adalah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Namun, terkadang dalam prakteknya, penerima waralaba dapat mengalami kerugian atau pelanggaran haknya dalam perjanjian kontrak yang mereka jalankan dengan pemberi waralaba. Dalam situasi seperti ini, penerima waralaba memiliki beberapa upaya hukum yang dapat dilakukan untuk melindungi kepentingan dan hak-haknya.

Pertama, penerima waralaba dapat melakukan mediasi atau negosiasi dengan pemberi waralaba untuk mencari solusi bersama dalam menyelesaikan perselisihan atau permasalahan yang timbul. Mediasi dapat dilakukan secara informal atau melalui lembaga mediasi yang disepakati oleh kedua belah pihak. Tujuan dari mediasi adalah mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan memperbaiki hubungan antara penerima waralaba dan pemberi waralaba. Jika mediasi tidak berhasil atau tidak memuaskan, penerima waralaba dapat mengajukan gugatan ke pengadilan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam PP Nomor 42 Tahun 2007. Gugatan ini bertujuan untuk memperoleh keadilan dan perlindungan hukum atas kerugian yang diderita akibat pelanggaran dalam perjanjian waralaba. Penerima waralaba harus melibatkan pengacara yang berkompeten dalam bidang hukum waralaba untuk memastikan bahwa gugatan yang diajukan memiliki dasar hukum yang kuat (Martin Mandelson, 1993).

Selain itu, penerima waralaba juga dapat memanfaatkan lembaga penyelesaian sengketa alternatif, seperti arbitrase, sebagai upaya penyelesaian perselisihan. Arbitrase adalah proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang independen dan netral. Penerima waralaba dan pemberi waralaba dapat mencapai kesepakatan untuk mengikat dalam arbitrase dan memilih lembaga arbitrase yang akan menangani sengketa tersebut. Dalam melaksanakan upaya hukum tersebut, penerima waralaba perlu mengacu pada ketentuan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Peraturan ini mengatur tentang prosedur penyelesaian sengketa waralaba, termasuk persyaratan yang harus dipenuhi dalam mengajukan gugatan ke pengadilan atau memulai proses arbitrase.

Penting bagi penerima waralaba untuk memahami hak-hak dan kewajiban yang diatur dalam perjanjian kontrak serta melindungi diri mereka sendiri melalui upaya hukum yang tepat. Dalam situasi ketidaksetaraan kekuatan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, peraturan yang ada memberikan landasan hukum untuk melindungi penerima waralaba dari kerugian atau pelanggaran hak-haknya. Dalam kesimpulan, penerima waralaba memiliki beberapa upaya hukum yang dapat dilakukan dalam perjanjian kontrak jika mereka dirugikan, sebagaimana diatur

dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Mediasi, gugatan ke pengadilan, dan arbitrase adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan perselisihan dan melindungi hak-hak penerima waralaba. Penting bagi penerima waralaba untuk mengikuti prosedur yang diatur oleh peraturan yang berlaku dan melibatkan pengacara yang berkompeten untuk mendapatkan perlindungan hukum yang optimal (Adrian Sutedi, 2008).

KESIMPULAN

Hasil penelitian dapat diuraikan bahwa pelaksanaan perlindungan hukum franchise atas resiko kerugian yang ditimbulkan oleh kesalahan pewaralaba (franchisor) menunjukkan bahwa perjanjian waralaba merupakan landasan legal yang berlaku sebagai undang-undang dalam mengoperasionalkan hubungan yang telah disepakati dan merupakan landasan untuk menjaga kepentingan Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba. Adanya perjanjian tersebut memberikan perlindungan hukum secara preventif dan represif. Hambatan dan upaya perlindungan yaitu anggapan penerima waralaba dilarang mengalihkan know how yang diterimanya kepada pihak lain menjadi kurang tepat, sebab Pasal 3 Permendag tersebut membolehkan perjanjian waralaba disertai pemberian hak untuk membuat perjanjian waralaba lanjutan. Hambatan non-yuridis yaitu pihak yang dianggap kuat kedudukannya dalam perjanjian waralaba ini ialah franchisor atau pemberi waralaba, pihak franchisee hanya mengikuti sesuai format dan prosedur dari franchisor dan otomatis pihak franchisee telah sepakat, dengan ketentuan-ketentuan yang ada di dalam perjanjian waralaba tersebut. Perjanjian baku sepihak ini berupa secara tertulis yang didalamnya memuat hak dan kewajiban, tugas dan sebagainya.

REFERENSI

- Adrian Sutedi, 2008. Hukum Waralaba, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Asmorowati, T, 2020, Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Usaha Waralaba (franchise), Tadulako Master Law Jurnal.
- Gunawan Widjaja, 2001, Seri Hukum Bisnis : Waralaba, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Gunawan Widjaja, 2002, Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba : Suatu Panduan Praktis, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Martin Mandelson, 1993, Franchising Petunjuk praktis bagi Franchisor dan Franchisee, (Cetakan Pertama), Jakarta : IPPM.
- Septiana, E, Susuillowati, E, 2017, Kedudukan Tidak Seimbang Pada Perjanjian Waralaba Berkaitan Dengan Pemenuhan Kondisi Wanprestasi.
- Soerjono dan Abdurahman, 2003, Metode Penelitian Hukum, Reineka Cipta, Jakarta.
- Suseno, B. Darmawan, 2007, Sukses Usaha Waralaba, Yogyakarta: Cakrawala.
- Usman, L, 2018, Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Menurut Buku III KUHPerdara dan Akibat Hukumnya, Jurnal Lex Privatum Vol. VI, No.8.
- Yudha Bhakti Ardiwisastro, 2012, Penafsiran dan Konstruksi Hukum, PT. Alumni, Bandung.