



## Analisis Perjanjian Waralaba (Franchise) Kopi Kenangan Berdasarkan Peraturan Perundang – Undangan Tentang Waralaba

Anastasia Regita Rintan Sahara<sup>1</sup>, Urbanisasi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

### Abstract

Received: 14 Agustus 2023

Revised: 15 September 2023

Accepted: 22 September 2023

*Franchising basically implies a settlement on techniques for deploying labor and products to customers. for this situation the franchisor licenses the franchisee to complete the exercise of conveying labor and products under the franchisor's name and attributes in selective territories, where the business is conducted simultaneously using the methodologies and strategies set by the franchisor and the franchisor provides assistance to the franchisee. This research was conducted using a statute approach. The regulation is based on the efforts of public authorities to energize the increase of establishment organizations throughout Indonesia with the aim of empowering public business people, especially small and medium business visionaries to develop as public franchisors in order to market domestic products. The agreement made by PT Kopi Kenangan with PT Sahara Group gave birth to an Agreement containing the agreement of the parties to bind themselves in the franchise agreement which is based on Government Regulation No. 42 of 2007 concerning Franchising.*

**Keywords:** Agreement, Franchises, Kenangan Coffee

(\*) Corresponding Author: [Anastasia.205210006@Stu.Untar.Ac.Id](mailto:Anastasia.205210006@Stu.Untar.Ac.Id)

**How to Cite:** Sahara, A. R. R., & Urbanisasi, U. (2023). Analisis Perjanjian Waralaba (Franchise) Kopi Kenangan Berdasarkan Peraturan Perundang – Undangan Tentang Waralaba. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378772>.

### PENDAHULUAN

Waralaba pada dasarnya mengacu pada kesepakatan tentang bagaimana beberapa hal didistribusikan kepada pelanggan. Pada skenario tersebut, pemilik waralaba memberikan izin kepada penerima waralaba untuk menyelesaikan latihan yang menyertainya yang berkaitan dengan distribusi beberapa hal di wilayah tertentu di bawah nama dan karakteristik franchisor, di mana franchisee menerima bantuan dari franchisor dan menjalankan bisnis sesuai dengan prosedur dan metode yang telah ditetapkan oleh franchisor, dan sebagai konsekuensinya franchisee membayar sejumlah uang tunai sebagai biaya awal dan keuntungan. (Suharnoko, 2004). Jenis usaha waralaba mulai dikenal di Amerika Serikat sekitar 100 tahun yang lalu ketika organisasi mesin jahit Vocalist mulai mempresentasikan ide diversifikasi sebagai pendekatan untuk berbagi penyebaran barangnya. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan yang menjual minuman beralkohol dan memberikan lisensi kepada usaha kecil sebagai upaya untuk menyebarkan produk mereka (Suharnoko, 2004).

Di Indonesia, jenis usaha ini juga berkembang dengan cepat, di mana jenis usaha pendirian ini digunakan secara luas dalam organisasi restoran drive-through seperti Kentucky Broiled Chicken, Pizza Cottage, Mc Donald, penginapan dan penyewaan kendaraan. Bisnis lokal Indonesia seperti Kopi Kenangan juga menggunakan bentuk ini. Pemerintah Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan

Pemerintah No. dalam menanggapi perkembangan yang cepat ini untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 mengenai pengaturan dan tata laksana permohonan pendaftaran usaha. Keduanya direvisi dengan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 42 tahun 2007 tentang Pendirian. Dokumen hukum ini telah mendefinisikan waralaba dengan caranya sendiri.

Melihat kemajuan di Indonesia sehubungan dengan organisasi pendirian, penting untuk memiliki kepastian hukum dan keamanan yang sah bagi para pelaku bisnis, terutama bagi penerima waralaba terhadap kegiatan pemberi waralaba yang merugikan penerima waralaba.<sup>1</sup> Pemberi waralaba memberikan bantuan manajemen dan teknis yang berkelanjutan kepada penerima waralaba, terutama yang berkaitan dengan penyusunan rencana bisnis dan strategi pemasaran. Kenyataan adanya bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya sudah diakui karena ada dua aspek dalam bisnis waralaba yaitu aspek kesepakatan atau dan aspek kepemilikan. Selama ini, perjanjian yang dibuat berupa perjanjian kontrak standar, yang berarti pihak franchisor telah menentukan secara penuh semua syarat dan isi perjanjian.

Berikut ini adalah beberapa istilah dalam perjanjian waralaba:

1. Karena perjanjian waralaba bersifat sangat pribadi, maka hak dan tanggung jawab penerima waralaba tidak dapat dengan kemudahan untuk menjual dan membeli atau mengalihkan hak dan tanggung jawab penerima waralaba kepada pihak lain
2. Posisi pemberi waralaba lebih beralasan mengingat fakta bahwa ia dapat mengakhiri perjanjian hanya berdasarkan pelanggaran atau kecerobohan penerima waralaba dalam menjalankan usahanya.
3. Ketika pengaturan berakhir atau di sisi lain jika pemahaman pendirian tidak diisi ulang secara umum, penerima waralaba diharapkan untuk kembali dan menutup semua pemanfaatan citra pemberi waralaba.
4. Penerima waralaba bertanggung jawab atas setiap modifikasi atau penambahan yang diminta oleh pemberi waralaba.
5. Dengan asumsi lingkungan bisnis harus diubah atau dipindahkan sesuai dengan keinginan pemberi waralaba setelah perluasan pengaturan, komitmen penerima waralaba adalah mengikuti keinginan pemberi waralaba.

Dalam perjanjian ini, terdapat beberapa poin penting yang perlu diperhatikan oleh kedua belah pihak.

Pertama, perjanjian tersebut mencakup hak penggunaan merek dagang Kopi Kenangan. Hal ini memberikan franchisee keuntungan dalam memanfaatkan reputasi merek yang sudah terkenal dan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan.

Kedua, perjanjian tersebut juga mencakup sistem operasional. Franchisor akan memberikan panduan yang detail mengenai tata cara pengoperasian gerai, mulai dari persiapan menu, prosedur pemesanan, hingga manajemen stok. Dengan adanya sistem operasional yang terstandarisasi, franchisee dapat menjalankan

---

<sup>1</sup> Abdullah Taufik, Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Bisnis Syari'ah, IAIN Kediri, Jurnal Qawanin, Volume 2, Nomor 1, Januari 2018: ISSN: 2598-3156, hal. 20.

bisnis dengan lebih efisien dan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan oleh Kopi Kenangan. Selain itu, perjanjian waralaba juga mencakup dukungan dari franchisor. Dalam hal ini, Kopi Kenangan akan memberikan pelatihan kepada franchisee dan stafnya. Pelatihan ini meliputi pengenalan merek, keterampilan dalam mengoperasikan peralatan kopi, pelayanan pelanggan, dan manajemen bisnis. Dukungan ini membantu franchisee untuk memahami dan menerapkan standar operasional yang telah ditetapkan.

Perjanjian waralaba Kopi Kenangan juga mengatur mengenai aspek keuangan. Franchisee diharuskan membayar biaya awal untuk mendapatkan hak waralaba dan menggunakan merek dagang. Selain itu, franchisee juga diwajibkan membayar royalti secara berkala kepada franchisor. Royalti ini biasanya berdasarkan persentase dari pendapatan penjualan franchisee. Hal ini menjadi sumber pendapatan bagi franchisor dan juga menunjukkan keterikatan franchisee terhadap merek Kopi Kenangan. Selain hak dan kewajiban, perjanjian waralaba juga mencakup masa berlaku dan perpanjangan. Biasanya, perjanjian waralaba memiliki masa berlaku tertentu, misalnya 5 atau 10 tahun. Franchisee juga memiliki opsi untuk memperpanjang perjanjian setelah masa berlaku habis, namun hal ini biasanya dilakukan dengan kesepakatan dan persyaratan tambahan.

Selama berlangsungnya perjanjian, terdapat juga ketentuan mengenai penghentian perjanjian. Jika salah satu pihak melakukan pelanggaran serius terhadap ketentuan perjanjian, pihak lain memiliki hak untuk mengakhiri perjanjian tersebut. Namun, biasanya terdapat juga prosedur penyelesaian sengketa sebelum perjanjian dapat diakhiri.

Perjanjian waralaba Kopi Kenangan memberikan kesempatan bagi para pengusaha lokal untuk mengembangkan bisnis kopi dengan dukungan merek yang sudah dikenal. Dengan adanya perjanjian ini, franchisee dapat memanfaatkan keahlian dan pengalaman Kopi Kenangan dalam industri kopi. Sebaliknya, Kopi Kenangan juga dapat memperluas jangkauan bisnisnya melalui kerjasama dengan franchisee.

Untuk situasi ini, kebutuhan hidup manusia, termasuk makanan, pakaian, dan tempat tinggal serta kebutuhan untuk bersekolah juga semakin berkembang, terutama salah satunya di Indonesia, pemenuhan kebutuhan instruksional baik formal maupun non formal sangat dibutuhkan mengingat hal ini dapat sangat mempengaruhi penduduk untuk bekerja pada hakikat Sumber Daya Manusia (SDM). Dalam masyarakat kita, ada dua jenis pendidikan: Yang pertama, pendidikan formal yang jelas bertujuan untuk mencapai tingkat pencapaian tertentu, yaitu kelulusan. Pada tingkat tersebut, kita akan mendapatkan gelar seperti partner master, jomblo, jagoan, dll. Untuk situasi ini, pelatihan di luar sekolah memainkan peran yang sama pentingnya. Instruksi ini membantu pemain pengganti dalam memperkuat potensinya yang mungkin tidak sepenuhnya didapat melalui sekolah yang tepat. apakah fasilitas yang ditawarkan kepada pelanggan benar-benar memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas dan mutu layanan. Dengan asumsi kantor yang diberikan memuaskan, tidak terbayangkan jika bisnis yang kita jalankan akan memenuhi kualitas dan mutu. Jenis-jenis kantor utama yang harus diberikan kepada para pemain pengganti, antara lain, pengaturan materi pertunjukan dan strategi dalam mengumpulkan pemenuhan pemain pengganti

adalah personil sekolah. Kerangka kerja pertunjukan yang baik akan menjadi senjata yang kuat dalam mengembangkan bisnis.

Perjanjian distribusi pada franchise adalah salah satu bentuk perjanjian yang dibuat antara pemilik waralaba (franchisor) dan pihak distributor (franchisee) untuk mendistribusikan produk atau jasa yang diberikan oleh pemilik waralaba. Sebuah perjanjian distribusi pada franchise dapat dikatakan sebagai perjanjian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena pemilik waralaba akan mendapatkan penghasilan tambahan dari hasil penjualan produk atau jasa mereka, sementara pihak distributor akan mendapatkan hak untuk menghasilkan keuntungan dari penjualan produk atau jasa tersebut. Perjanjian distribusi pada franchise harus dibuat secara jelas dan transparan, serta mengikuti ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut. Beberapa hal yang harus diatur dalam perjanjian distribusi pada franchise antara lain hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, durasi perjanjian, wilayah distribusi, jumlah produk atau jasa yang akan didistribusikan, serta persyaratan dan ketentuan lainnya yang harus dipenuhi oleh pihak distributor.

Persyaratan dan ketentuan lainnya juga harus diatur secara jelas dalam perjanjian distribusi pada franchise. Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain persyaratan tentang promosi dan pemasaran produk atau jasa yang akan didistribusikan, persyaratan tentang pelatihan dan dukungan dari pemilik waralaba, serta persyaratan tentang hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh pemilik waralaba. Secara umum, perjanjian distribusi pada franchise adalah sebuah perjanjian yang sangat penting bagi kedua belah pihak. Sebuah perjanjian yang jelas dan transparan akan menghindari terjadinya sengketa antara kedua belah pihak. Oleh karena itu, perjanjian distribusi pada franchise harus disusun secara hati-hati dan memperhatikan ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut.<sup>2</sup>

### **Rumusan Masalah**

1. Apa Aspek Hukum pada Perjanjian Waralaba (Franchise)?
2. Bagaimana Analisis pada Perjanjian Waralaba (Franchise) Kopi Kenangan di Indonesia?

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pendekatan perundang-undangan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Peter Mahmud Marzuki (2017), pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan melihat peraturan perundang-undangan yang terkait dengan isu hukum yang sedang dibicarakan. Penyelidikan hukum ini menggunakan sumber-sumber hukum berikut: bahan-bahan hukum yang penting dan sah, yang mencakup semua dokumen resmi yang berisi ketentuan hukum dan peraturan perundang - undangan; selanjutnya, bahan hukum tambahan yang memberikan klarifikasi untuk membantu bahan hukum utama, misalnya, buku-buku, artikel, buku harian, hasil penelitian, makalah, dan sebagainya yang berhubungan dengan peraturan ekologi, khususnya peraturan perlindungan aset reguler yang layak (Talumepa, 2020).

---

<sup>2</sup> Norman Syahdar Idrus, Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam, *Jurnal Yuridis* Volume 4, Nomor 1, Juni 2017, ISSN: 1693-4458, hal. 29.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aspek Hukum Perjanjian Franchise**

Waralaba pada dasarnya adalah perjanjian yang memberikan hak dan wewenang khusus kepada penerima waralaba, yang dapat diwujudkan dengan cara-cara berikut:

1. Pilihan untuk melakukan transaksi barang sebagai barang dagangan serta administrasi dengan menggunakan merek dagang atau nama merek bisnis tertentu;
2. Pilihan untuk menyelesaikan tindakan bisnis dengan atau berdasarkan desain bisnis yang tidak sepenuhnya ditentukan oleh pemilik waralaba. Dan itu menyiratkan, pendirian sebagai pengaturan juga tergantung pada pengaturan umum yang berlaku untuk keabsahan suatu perjanjian.

Pengaturan perjanjian yang lazim diatur dalam Buku III KUHD. Pengaturan secara eksplisit mengenai pendirian perusahaan di Indonesia pada awalnya dapat ditemukan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1987 tentang Pendirian Perusahaan. Saat ini, aturan diversifikasi yang sesuai di Indonesia adalah Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Diversifikasi dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Strategi dan Tata Cara Pemberian Surat Peringatan Pendirian Perusahaan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menggantikan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1997 tentang Waralaba yang merupakan upaya pemerintah untuk mendukung persiapan pendirian waralaba di seluruh Indonesia, karena adanya kebutuhan untuk memberdayakan para pelaku usaha kecil dan menengah, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah agar dapat berkembang menjadi waralaba yang tangguh dan memiliki kesungguhan dalam memasarkan produk dalam negeri, khususnya dalam memasarkan produk dalam negeri. Pedoman ini mewajibkan pemilik waralaba untuk mempresentasikan proposal pendirian kepada otoritas publik dan calon penerima waralaba sebelum melakukan kesepakatan pendirian. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa otoritas publik ingin mengetahui keabsahan dan bonafiditas bisnis pemilik waralaba serta untuk membuat kejelasan dalam pertarungan yang secara ideal dapat digunakan oleh organisasi publik dalam mengiklankan produk dan / atau administrasi melalui diversifikasi. Pemberi waralaba berkewajiban untuk memberikan perjanjian waralaba kepada pemerintah apabila telah mencapai kesepakatan.

Ketentuan ketiga dari Persyaratan tersebut adalah telah terbukti memberikan manfaat, bisnis harus memiliki prinsip-prinsip untuk bantuan produk dan/atau administrasi yang disajikan tercatat sebagai hard copy, mudah untuk dididik dan diterapkan, bantuan tanpa henti, dan kebebasan inovasi yang dilindungi. kesalahan Penggunaan bahasa Indonesia dalam perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba serta penerapan hukum Indonesia merupakan peraturan penting yang dirancang untuk melindungi penerima waralaba dalam negeri. Peraturan Pemerintah No. 5 Pasal 5 tahun 2007 menyatakan bahwa pengaturan pendirian memuat ketentuan-ketentuan dalam hal apapun:

- Nama serta alamat kedua pihak;
- Jenis kebebasan inovasi yang dilindungi;

- tindakan pertempuran;
- Kebebasan dan komitmen pertemuan; Fasilitas, dukungan, instruksi, dan pemasaran;
- Industri;
- Jangka waktu perjanjian;
- Metode pembayaran biaya;
- Hak ahli waris, kepemilikan, dan perubahan kepemilikan;
- Tujuan debat;
- Metodologi untuk perluasan dan berakhirnya perjanjian.

Untuk mewujudkan ide bisnis waralaba, sangat penting untuk dapat mengembangkan bentuk kerja sama jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak. Kualitas penting dari bisnis pendirian adalah sebagai berikut: Untuk memulai, sebuah perjanjian tertulis harus dibuat. Pengaturan ini merupakan sudut pandang utama yang membahas kepentingan franchisor dan franchisee, terutama dalam hal keadaan organisasi dalam hal dewan, masalah moneter, siapa yang memiliki penawaran, struktur / jenis organisasi apa yang dilakukan, dan mengkomunikasikan semua bagian dari bisnis yang terdiversifikasi. Kedua, pemilik waralaba berkewajiban untuk memberikan arahan dan pelatihan kepada penerima waralaba di semua bagian usaha yang akan ditekuni, terutama pada fase-fase kesiapan. Ketiga, perdagangan antara dua pemilik modal yang bebas. Keempat, karena kedua belah pihak adalah pemilik modal yang bebas, maka perjanjian mengenai kontrol penerima waralaba atas wilayah pemasaran harus ditekankan. Untuk memastikan Pemahaman pendirian menetapkan, selain hal-hal lain, hak-hak istimewa dan komitmen hubungan penerima waralaba dengan pemberi waralaba, bantuan yang akan diterima penerima dari pemberi, dan pengakhiran kesepakatan. Angsuran royalti atau biaya adalah jenis pembayaran untuk kebebasan yang didapat dari perjanjian. Penerima waralaba biasanya membayar royalti ini setiap bulan atau setiap tahun. Besarnya ditetapkan sesuai pengaturan antara dua pertemuan atau disesuaikan dengan nilai bisnis yang terdiversifikasi.

Pemberi waralaba memberikan bantuan manajemen dan teknis yang berkelanjutan kepada penerima waralaba, terutama yang berkaitan dengan penyusunan rencana bisnis dan strategi pemasaran. Kenyataan adanya bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya sudah diakui karena ada dua aspek dalam bisnis waralaba khususnya dari sudut pandang pemahaman atau perjanjian dan sudut pandang perizinan. Kesepakatan yang dicapai sejauh ini adalah perjanjian kontrak standar, yang mengindikasikan pihak franchisor telah menentukan secara penuh semua syarat dan isi perjanjian.

Berikut ini adalah beberapa istilah dalam perjanjian waralaba:

1. Karena perjanjian waralaba bersifat sangat pribadi, maka hak dan tanggung jawab penerima waralaba tidak secara efektif dapat beradaptasi dengan pertemuan yang berbeda, baik melalui kesepakatan dan pembelian atau melalui pertukaran keterbatasan franchisee.
2. Posisi franchisor lebih kuat karena dapat memutuskan perjanjian secara sepihak apabila franchisee melanggar perjanjian atau lalai dalam menjalankan usahanya.

3. Ketika perjanjian berakhir atau di sisi lain jika pemahaman pendirian tidak diisi ulang secara umum, penerima waralaba diharapkan untuk kembali dan menutup semua pemanfaatan citra pemberi waralaba.
4. Penerima waralaba bertanggung jawab atas setiap perubahan atau penambahan pada penerima waralaba yang diminta oleh pemberi waralaba.
5. Dengan asumsi lingkungan bisnis harus diubah atau dipindahkan sesuai dengan keinginan pemberi waralaba setelah perluasan pengaturan.

Mengingat gambaran diatas, jika diperhatikan dengan seksama, item-item dalam pengaturan pendirian memberikan kesan lebih baik bagi pemilik waralaba.

#### **Analisis Perjanjian pada Franchise Kopi Kenangan**

Perjanjian yang akan dibedah dalam pemeriksaan ini adalah Perjanjian Pendirian antara PT Kopi Kenangan dan PT Sahara Gathering. Berikut ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian ini:

1. Pihak utama adalah PT Bumi Berkah Boga, suatu elemen bisnis yang terkonsolidasi dan berdomisili di Jakarta, sebagaimana dinyatakan dalam akta notaris No. 12, dengan alamat kantor di Jalan Iskandarsyah Raya No. 1A, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Sebagai salah satu pemilik perusahaan, Edward Tirtanata mewakili PT Bumi Berkah Boga dalam perjanjian ini.
2. Pihak selanjutnya adalah PT Sahara Gathering, sebuah perusahaan yang beralamat di Jalan Galunggung Blok D16, Cengkareng, Jakarta Barat. Anastasia Regita, sebagai salah satu pemilik PT Sahara Group, adalah perwakilan PT Sahara Group dalam perjanjian ini.

Perjanjian ini diawali dengan informasi dari para pihak, khususnya PT Bumi Berkah Boga sebagai Pihak Utama dan PT Sahara Gathering sebagai Pihak Selanjutnya. Pihak Utama berkedudukan sebagai pemberi waralaba dan Pihak Kedua berkedudukan sebagai penerima waralaba. Hal ini juga dinyatakan secara singkat dan jelas dalam perjanjian ini. Seperti tempat penyelenggaraan yang sah dari pertemuan-pertemuan tersebut dan para wakilnya yang telah disetujui untuk mewakili masing-masing pihak dalam perjanjian ini.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 3 pasal 42 tahun 2007 mengenai waralaba menyatakan bahwa agar sebuah usaha bisa dikategorikan menjadi waralaba, maka perusahaan harus mematuhi persyaratan, seperti;

- Adanya ciri khas pada usaha;
- Terbukti telah memberikan manfaat;
- Menetapkan standar tertulis untuk barang, jasa, dan/atau layanan yang ditawarkan;
- Mudah diajarkan dan digunakan;
- Ada bantuan tanpa henti dan;
- Hak atas kekayaan intelektual yang terdaftar.

Selain memberikan PT Sahara Group, penerima waralaba, tambahan uraian ringkas, perjanjian ini memberikan uraian ringkas serta rinci tentang usaha apa yang ditekuni PT Bumi Berkah Boga selaku pemberi waralaba, khususnya dalam industri gerai kopi ritel. Kemudian, pada saat itu, jangka waktu yang ditetapkan oleh para pihak juga sekaligus menggunakan dasar perjanjian pendirian yang ditentukan dalam Pasal 7 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006, khususnya rentang waktu perjanjian pendirian yang substansial

paling lama 10 (sepuluh) tahun. Jangka waktu dasar ini direncanakan untuk melindungi penerima waralaba jika sekiranya pemberi waralaba perlu mengakhiri perjanjian.

"Barang-barang yang baru akan ada di kemudian hari dapat menjadi pokok suatu perjanjian," demikian bunyi Pasal 1334 KUH Perdata. Dengan demikian, yang dapat menjadi pokok perjanjian adalah barang dagangan atau sesuatu yang baru ada di suatu hari nanti. Menghitung, mengukur, menaksir, atau memperkirakan merupakan metode yang biasa dipakai untuk menentukan produk yang akan menjadi subjek perjanjian. Sementara itu, untuk menentukan nilai suatu bantuan, tidak sepenuhnya ditentukan oleh apa yang harus diselesaikan oleh salah satu pihak.

Suatu alasan akan ditolak jika bertentangan dengan peraturan, kehormatan dan permintaan publik. Mengenai keharusan, Pasal 1335 KUHPer menyatakan "bahwa suatu persetujuan tanpa alasan atau suatu persetujuan yang dibuat untuk suatu penjelasan yang palsu atau tabu, tidak mempunyai kekuatan." yang dimaksud dengan sebab di sini tidak lain adalah substansi dari perjanjian tersebut. Jadi, apa yang tersirat dalam alasan atau causa dari suatu pemahaman adalah substansi dari pengaturan itu sendiri.

Keadaan yang ditetapkan oleh pemilik waralaba dalam perjanjian waralaba dalam hal karakter, kebebasan dan komitmen, angsuran, jaminan, angsuran dan tujuan pertanyaan adalah sesuai dengan pengaturan bahwa setiap jenis perjanjian waralaba yang tidak diragukan lagi pada dasarnya mengandung beberapa komponen, antara lain:

- a. Adanya 2 kedua belah pihak yang bersepakat
- b. Adanya proposal sebagai bundel bisnis pemberi waralaba
- c. Adanya kerjasama melalui penanganan unit khusus antara franchisor dan franchisee.
- d. bersama dengan penerima waralaba.
- e. Memiliki outlet dan bukan penerima waralaba
- f. Perjanjian yang disusun dari pertemuan-pertemuan.

Pengaturan sehubungan dengan hak-hak istimewa dan komitmen yang terkandung dalam pemahaman pendirian

seperti cicilan, pengangkutan produk, perolehan bahan dan penerimaan para eksekutif membantu pemahaman dengan pengaturan Permendag No.53/M-DAG/PER.8.2012 tentang Penyelenggara Waralaba pada Pasal 27 Ayat (1) memberikan pengertian bahwa "pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan kepada penerima waralaba". Pelatihan yang disinggung dalam ayat (1) digambarkan sebagai berikut:

- a. Pengarahan dan persiapan terkait kerangka kerja administrasi penerima waralaba sehingga penerima waralaba dapat menyelesaikan latihan pendiriannya dengan tepat dan bermanfaat;
- b. Mengarahkan administrasi fungsional secara berkala, sehingga setiap kesalahan fungsional dapat segera diatasi;
- c. Membantu perluasan pasar melalui iklan, selebaran, katalog, dan brosur, pameran, riset pasar, dan pengembangan produk untuk memastikan bahwa kebutuhan pasar terpenuhi dan produk dapat diterima dengan baik.

Sesuai dengan perjanjian ini, penerima waralaba berkewajiban untuk membayar porto investasi pemberi waralaba, biaya lisensi, dan biaya royalti sebagai

bentuk kompensasi. selanjutnya, setiap pertanyaan, perdebatan ketidaksepakatan yang mungkin timbul dalam pertemuan yang tidak terkait, berhubungan dengan, atau digunakan sehubungan dengan perjanjian ini, pembuatan, pengakhiran, atau pelanggarannya, akan dipilih dengan pertimbangan dari para peserta.

Sesuai dengan hal tersebut di atas, para peserta pertemuan kemudian setuju untuk mengikatkan diri pada suatu kesepakatan organisasi. Berdasarkan ketentuan Pihak Kedua menerima lisensi, merek dagang, dan kemampuan dari Pihak Pertama sebagai bagian dari perjanjian ini. untuk menjalankan kedai Kopi Kenangan dengan menggunakan sistem dan merek yang dimiliki oleh franchisor.

## **KESIMPULAN**

Pada dasarnya, waralaba adalah suatu jenis pemahaman, yang di dalamnya memberikan hak istimewa dan posisi yang luar biasa kepada penerima waralaba. Perjanjian yang dilakukan PT. Kopi Kenangan dengan PT. Sahara Group ini melahirkan Perjanjian yang berisi usaha yang ditekuni oleh PT. Bumi Berkah Boga sebagai franchisor, hak & kewajiban para pihak, biaya – biaya, jangka waktu, serta cara penyelesaian perselisihan jika terjadi. Faktor - faktor ini mempengaruhi kesepakatan para pihak selanjutnya untuk menandatangani perjanjian waralaba tersebut yang didasarkan pula pada Peraturan Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Peraturan Perundang – undangan :**

- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun Tahun 2007 tentang Waralaba.

### **Jurnal dan Artikel :**

- Gunawan Widjaja, Waralaba Seri Hukum Bisnis, Jakarta: Rajawali Pers, hal. 81-82. (2001)
- Rusli, T. Analisis Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Usaha Toko Alfa Mart. *Keadilan Progresif*, 6(1). (2015)
- Falah, A. K., Septarina Budiwati, S. H., & MH, C. Analisis Yuridis Perjanjian Franchise/Waralaba Perspektif Hukum Perdata (Studi Pada Hotaru Drink) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). (2021)
- PUTRA, H. B., & Inayah, S. H. (2020). Analisis Yuridis Perjanjian Franchise (Studi Kasus Wilayah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). (2020)
- BADRIYAH, S. Aspek Hukum Perjanjian Franchise. (2019)
- Sitompul, H. D., Syaparudin, S., & Suranta, F. A. Perlindungan Hukum bagi Para Pihak dalam Perjanjian Franchise. *Jurnal Mercatoria*, 3(2), 144-162. (2010)
- Abdullah Taufik, Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Bisnis Syari'ah, IAIN Kediri, *Jurnal Qawanin*, Volume 2, Nomor 1, Januari: ISSN: 2598-3156, hal. 20. (2018)
- Norman Syahdar Idrus, Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam, *Jurnal Yuridis* Volume 4, Nomor 1, Juni ISSN: 1693-4458, hal. 29. (2017)