

# WARALABA DAN HUKUM (Studi Tentang Perlindungan Hukum dalam Perjanjian di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar)

Oleh:  
Tulus Prijanto

## ABSTRACT

This study aims: (1) To describe the relationships between legal subjects involved in franchising agreement in Smartgama tutoring agency, Karanganyar district. (2) To describe the legal covering the activity of Smartgama Tutoring Agency. (3) To explore the ideal model of the franchise agreement in the field of education.

This study took place in the Smartgama Tutoring Agency, at Perintis Kemerdekaan street No 5 Jetis Karanganyar. The method used is a normative juridical approach. Techniques of data analysis are descriptive qualitative. Data collected is then analyzed to obtain clarity of problem solving, inductive reasoning and drawing the conclusions.

Results of the study are: 1) The regulations of legal relations in the franchise agreement are on: the name and address of the agency types of intellectual property rights; business activities; rights and obligations of the agency; aid facilities, operational guidance, training, and marketing of the franchisor to the granted franchisee; areas of business; term of the agreement; manner of payment of remuneration; ownership, change of ownership, and heir; settlement of disputes; renewal procedures, termination, and severance agreements. 2) If a franchise agreement in Smartgama Karanganyar is protection for the franchisor in terms of: Payment of compensation; cancellation of the agreement; Resolution. There is no protection for the franchisee in terms of: transitional risks and intellectual property rights. 3) The agreement is ideal in terms of the franchise: franchisor must register its intellectual property rights of "smartgama" trademark, rights and obligations of the parties should be spelled out in detail and are made in a separate article. The responsibilities of the parties in the event of overmatch should be included in separate article of franchise agreement.

Keywords : *legal relationships, legal protection, ideal model of the franchise agreement*

## PENDAHULUAN

Waralaba digambarkan sebagai perpaduan bisnis “besar” dan “kecil” yaitu perpaduan antara energi dan komitmen individual dengan sumber daya dan kekuatan sebuah perusahaan besar. Waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (franchisor) memberi hak pada pihak independen (franchisee) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh franchisor. Franchisee menggunakan nama, goodwill, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan franchisor. Sebagai imbalannya franchisee membayar initial fee dan royalti (biaya pelayanan manajemen) pada perusahaan franchisor seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.<sup>62</sup>

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang merugikan pihak lain. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian waralaba, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku. Saat ini sektor bisnis waralaba sudah sangat beragam artinya tidak hanya didominasi oleh sektor makanan saja tetapi mulai dari sektor usaha pendidikan, salon, retail, laundry, kebugaran, pencucian mobil, aksesoris kendaraan sudah banyak yang diwaralabakan.<sup>63</sup> Tidak terkecuali Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar ini, dimana keberadaannya memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan bimbingan belajar yang berkualitas dengan biaya yang terjangkau bagi putra-putrinya.

Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama merupakan lembaga bimbingan belajar yang menyediakan program belajar privat bagi siswa/siswi SD, SMP, SMA. Program dikelola secara SMART & professional dengan tenaga pengajar yang sudah berpengalaman. Dengan visi & misi: (1) Membantu meningkatkan taraf pendidikan masyarakat melalui bimbingan privat yang diberikan pada siswa/siswi SD, SMP, SMA; (2) Mensejahterakan perekonomian keluarga besar Smartgama melalui program bimbingan belajar privat; (3) Menjalin & mengembangkan hubungan baik dengan member-member Smartgama secara kekeluargaan.

Setiawan mengungkapkan perjanjian adalah suatu perbuatan hukum, di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.<sup>64</sup> Sedangkan R. Subekti menyatakan, suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.<sup>65</sup> Dari

---

<sup>62</sup> Maharam, S., *Waralaba, Alternatif Strategi Ekspansi Paling Murah*, Smfr@Nchise, hlm. 1

<sup>63</sup> Arifa'l, *Proposal Bisnis, Personal Franchise ( Waralaba Pribadi ) Bentuk Usaha Alternatif Menjadi jutawan Dalam Waktu Relatif Singkat*, L4L Press, Surakarta, 2004, hlm. 56

<sup>64</sup> Setiawan, R., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung 1987, hal. 49

<sup>65</sup> Subekti, R., *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2005, hal. 1.

definisi di atas penulis lebih memilih pendapat yang dikemukakan oleh R. Subekti, yaitu perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Uraian tersebut disimpulkan bahwa perjanjian adalah kesepakatan antara dua orang atau lebih dalam lapangan hukum kebendaan untuk saling memberikan dan menerima sesuatu.

Pengertian waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dalam pasal 1 yang menyatakan bahwa: "Waralaba 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".

Perjanjian Waralaba (Franchise Agreement) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh Franchisor bagi para Franchisee-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban Franchisee dan Franchisor, misalnya hak teritorial yang dimiliki Franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh Franchisee kepada Franchisor, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara Franchisee dengan Franchisor.

Ishani (2008), berjudul "The Franchise Agreement- What Should It Contain?".<sup>66</sup> Hasil penelitian menyatakan bahwa bagi yang merasa bahwa waralaba adalah bisnisnya, harus waspada karena tidak ada perundang-undangan yang mengatur tentang waralaba di Inggris. Untuk para pengusaha waralaba, hal ini merupakan berita baik dan buruk. Berita baik karena para pengusaha waralaba mempunyai kebebasan untuk menawarkan barang apa saja di bisnis waralabanya. Berita buruk karena tidak ada perundang-undangan yang pasti tentang waralaba, undang-undang yang ada berpotensi mempengaruhi setiap transaksi waralaba.

Pitegoff; Lambert; Leff (2000), berjudul "Drafting Effective Franchise Agreements".<sup>67</sup> Hasil penelitian menyatakan bahwa perjanjian waralaba selalu bervariasi. Dari sudut pandang penyusunan, terdapat berbagai kreativitas dan gaya personal dalam penyusunannya. Penyusunan perjanjian waralaba harus diawali dengan pemahaman kedua belah pihak. Setelah itu tinjauan perjanjian waralaba saingan, kesadaran akan berbagai pendekatan dan kebutuhan hubungan antara hukum dan waralaba akan sangat membantu dalam persiapan penyusunan. Dengan kata lain gaya penulisan yang jelas dan logis, serta banyak tinjauan ulang untuk

---

<sup>66</sup> Ishani, Manzoor G.K. *The Franchise Agreement- What Should It Contain?*. Tersedia: franchiseadvice.com. 2008.

<sup>67</sup> Pitegoff, Thomas M.; Kim A. Lambert; Todd P. Leff. *Drafting Effective Franchise Agreements*. New York: American Bar Association Forum On Franchising. 2000.

penyempurnaan. Dalam penyusunan perjanjian waralaba merupakan kreasi dari perjanjian yang disusun oleh pengusaha waralaba dan dan klien.

Jakes (2002), berjudul "*Franchise Agreement With The City Of Indianapolis: A New Approach To People Mover Implementation In American Cities*".<sup>68</sup> Hasil penelitian menyatakan bahwa dengan dukungan total kantor Walikota, kota Indianapolis, Negara di Indiana dan semua badan, komunitas, sector swasta yang berhubungan, proyek tersebut mempunyai kesuksesan yang tidak saling berhubungan. Hal tersebut tidak mempunyai biaya pajak dan diterapkan pada biaya Negara lain. Skenario waralaba ini dapat sukses jika diterapkan di kota-kota Amerika dan menjadi system yang inovatif tanpa perlu adanya studi sebelumnya dan badan birokrasi.

Dnes (2009), berjudul "*Franchise Contracts*".<sup>69</sup> Hasil penelitian menyatakan bahwa dekade terakhir telah menyaksikan perkembangan pemahaman waralaba. Beberapa teori dibentuk untuk menjelaskan waralaba, dimana kebanyakan menitikberatkan pada biaya pengawasan yang lebih ringan dalam sebuah badan. Detail teori menunjukkan bagaimana kesempatan dari pengusaha serta pengusaha waralaba dikendalikan. Dalam perkembangannya, penulis meragukan pengusaha yang merekrut pengusaha waralaba untuk mengurangi biaya pencarian informasi, atau memberikan tanda kualitas waralaba dengan membuka toko.

Brickley; Misra; Horn (2003), berjudul "*Contract Duration: Evidence From Franchise Contracts*".<sup>70</sup> Hasil penelitian menyatakan penentu lama kontrak menggunakan sampel luas dari kontrak waralaba. Kami menemukan bahwa perjanjian kontrak secara sistematis meningkat sesuai dengan perkembangan fisik waralaba dan investasi sumber daya manusia, biaya rekontrak, dan pengalaman para pengusaha dalam waralaba. Hasil tersebut konsisten dengan hipotesis bahwa lama kontrak jangka panjang mencakup penjualan antara potensi investasi dan fleksibilitas yang mengikuti perubahan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan yaitu: (1) Bagaimanakah hubungan-hubungan yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar? (2) Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar? (3) Bagaimanakah model ideal perjanjian waralaba di bidang pendidikan?

---

<sup>68</sup> Jakes, Andrew S. *Franchise Agreement With The City Of Indianapolis: A New Approach To People Mover Implementation In American Cities*. California: Jakes Associates, Inc. 2002.

<sup>69</sup> Dnes, Antony W. *Franchise Contracts*. Inggris: The Nottingham Trent University. 2009.

<sup>70</sup> Brickley, James A.; Sanjog Misra; R. Lawrence Van Horn. *Contract Duration: Evidence From Franchise Contracts*. New York: University of Rochester. 2003.

Tujuan yang hendak dicapai dari tesis ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mendeskripsikan hubungan-hubungan yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar. (2) Untuk mendeskripsikan perlindungan hukumnya bagi para pihak di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar. (3) Untuk mengeksplorasi model ideal perjanjian waralaba di bidang pendidikan.

Penelitian tentang perjanjian waralaba pernah diteliti oleh beberapa peneliti diantaranya adalah: Hasil penelitian Edy Suryanto menunjukkan berdasarkan PP 16 tahun 1997, yaitu (1) Subjek Hukum Franchise/waralaba; (2) Objek hukum Franchise/waralaba; (3) Hak dan kewajiban para pihak dalam Franchise/ waralaba; (4) Wilayah pemasaran Franchise/waralaba; (5) Jangka waktu Franchise/waralaba; (6) Cara penyelesaian perselisihan Franchise/waralaba; (7) Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan Franchise/waralaba; (8) Tata cara pembayaran royalty Franchise/waralaba; pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada Franchisee;<sup>71</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wafiya menunjukkan bahwa kerja sama pola kemitraan antara Franchistor dengan Franchisee merupakan suatu peristiwa hukum yang terjadi karena perbuatan hukum. Perbuatan hukum ini dilakukan dengan suatu perjanjian. Pola kemitraan juga terjadi antara pihak penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan. Penyelesaian sengketa atau permasalahan muncul dalam pola hubungan kemitraan melalui bisnis franchise diselesaikan dengan jalan musyawarah, bila telah dilakukan musyawarah tetapi tidak tercapai kata sepakat, maka penyelesaian sengketa dilakukan dengan jalan arbitrase. Apabila telah dilakukan kedua upaya tersebut tidak tercapai juga kata sepakat, maka upaya terakhir dapat diselesaikan melalui jalur pengadilan.<sup>72</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Krisyalia Wahyu Sari yaitu dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sebelum pembuatan perjanjian waralaba pemberi waralaba atau kuasanya wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Pemberi waralaba juga harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.

---

<sup>71</sup> Suryanto, Edy HP, *Tinjauan Legal Normatif Fanchise/Waralaba Di Indonesia*, tesis, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, 2008

<sup>72</sup> Wafiya, *Pola Hubungan Hukum Kemitraan Melalui Bisnis Franchise Di Kota Bengkulu*, tesis, Universitas Islam Syekh Yusuf, Banten, 2005

## METODE PENELITIAN

Adapun yang menjadi lokasi penelitian penulis adalah di *Lembaga Bimbel Smartgama* di Kabupaten Karanganyar, yang beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 5 Jetis Karanganyar. Dipilihnya lokasi tersebut karena lembaga Bimbel Smartgama tersebut merupakan usaha waralaba yang sudah berjalan cukup lama dan melakukan ikatan perjanjian kerjasama dengan franchisor.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan yang bersifat yuridis normatif, karena dalam penelitian ini, hukum dikonsepsikan sebagai norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat negara yang berwenang. Hukum dipandang sebagai suatu lembaga otonom, terlepas dari lembaga lainnya di masyarakat.<sup>73</sup> Oleh karena itu pengkajian yang dilakukan hanyalah terbatas pada peraturan perundangan (tertulis) yang terkait dengan objek yang diteliti, yakni tentang hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu data yang berkaitan dengan kualitas. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara. Wawancara yang dipergunakan adalah wawancara bebas terpimpin yaitu teknik wawancara yang daftar pertanyaannya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh penulis namun masih tetap dimungkinkan adanya variasi pertanyaan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada saat wawancara.<sup>74</sup> Untuk menentukan informan yang akan diwawancarai digunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka maupun dokumen-dokumen berasal dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder atau diperoleh pada waktu awal maupun pada saat penelitian lapangan yang untuk selanjutnya dilakukan analisa secara mendalam terhadap data tersebut.

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul untuk mencari gambaran atau pengertian yang bersifat umum tentang apa yang mencakup permasalahan dalam penelitian ini, yakni mencakup data-data tentang perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak. Data yang diperoleh baik dari studi lapangan maupun studi pustaka pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu data yang terkumpul dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kejelasan penyelesaian masalah, kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu dari hal yang bersifat umum menuju ke hal yang bersifat khusus.<sup>75</sup>

---

<sup>73</sup> Roni Hanintjo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1994, hlm. 13

<sup>74</sup> Hadi, Soestrisno, *Metodologi Research, Jilid II*, Yayasan Penerbit Fakultas Hukum / Psikologi Universitas Gajahmada, Yogyakarta 2004, Hlm.26

<sup>75</sup> Soekanto, Soerjono, *op. cit.* hlm. 52

## HASIL PENELITIAN

### 1. Hubungan Hukum Antara Subjek Hukum Dalam Perjanjian Bisnis Waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar

Subjek hukum waralaba terdiri dari 2 pihak yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Dalam perjanjian waralaba terdapat asas keseimbangan yaitu asas yang menghendaki kedua belah pihak mengikuti dan melaksanakan perjanjian dengan baik, yaitu berupa pemenuhan hak dan kewajiban. Asas ini cukup penting agar tercapai keseimbangan dalam bisnis.<sup>76</sup>

Franchisor (pemberi waralaba) adalah perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba (Pasal 1 butir (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba). Franchisee (penerima waralaba) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba (Pasal 1 butir (3) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba). Berdasarkan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 perjanjian waralaba memuat nama dan alamat para pihak.

Objek dalam perjanjian waralaba (*franchise*) adalah lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan franchisor kepada franchisee. Ada dua kriteria lisensi sebagaimana yang disampaikan oleh Dieter Plaff yaitu: 1) tujuan ekonomis dan 2) acuan yuridis. Tujuan ekonomis adalah apa yang hendak dicapai oleh lisensi itu sedangkan acuan hukum yaitu instrumen hukum yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Jadi kesimpulannya dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar Smartgama Karanganyar telah memuat obyek hukum/jenis Hak Kekayaan Intelektual berupa merek dagang Lembaga Pendidikan Smartgama beserta spesifikasi produk dan sistem pengelolaannya, sesuai dengan pasal 1332 KUH Perdata yang juga sudah sesuai dengan Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007 dan Permendagri Pasal 7 No. 259 Tahun 1997.

Dalam perjanjian franchise Smartgama adalah jasa bimbingan belajar dengan menggunakan merek dagang Lembaga Pendidikan Smartgama. Dari Perjanjian ini jelas bahwa kegiatan usaha yang dijalankan oleh Franchise Smartgama adalah Jasa Bimbingan Belajar bukan pendidikan secara umum. Salah satu isi sebuah perjanjian bisnis waralaba adalah adanya hak dan kewajiban para pihak, Menurut Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, dalam Perjanjian Waralaba memuat klausul Hak dan Kewajiban para pihak.

---

<sup>76</sup> Widjaja, Gunawan, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 71

## 2. Perlindungan Hukumnya Bagi Para Pihak di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar

Dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* atau waralaba akan ada kemungkinan terjadi wanprestasi. Wanprestasi ini terjadi jika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera dalam perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi tersebut menyebabkan kerugian di pihak lain maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut kepada pihak yang melakukan wanprestasi untuk memenuhi prestasinya. Dalam perjanjian waralaba wanprestasi dapat dilakukan oleh pihak pemberi waralaba (*franchisor*) maupun pihak penerima waralaba (*franchisee*). Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak franchisor antara lain: tidak melakukan pembinaan manajemen kepada pihak franchisee, sedangkan wanprestasi dari pihak franchisee dapat berupa tidak membayar fee, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian waralaba.

## 3. Model Ideal Perjanjian Waralaba di Bidang Pendidikan

Bisnis waralaba adalah pemberian lisensi oleh seorang *Franchisor* (Pemberi Waralaba) kepada pihak lain *Franchisee* (Penerima Waralaba), lisensi tersebut memberi hak kepada Penerima Waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang/nama dagang pemberi Waralaba dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.

### **PEMBAHASAN**

Dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar Smartgama Karanganyar tidak diatur mengenai tanggung jawab para pihak bila terjadi *overmacht*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar Smartgama Karanganyar belum sesuai dengan pasal 1244 an 1245 KUHPerdota.

Hak kekayaan atas intelektual yang berupa merek Smartgama belum didaftarkan oleh pihak franchisor sehingga hal tersebut belum memberikan perlindungan hukum bagi pihak franchisee dalam pemakaian merek tersebut dalam menjalankan usahanya. Begitu juga mengenai keadaan *overmacht* tidak di atur dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar smartgama Karanganyar sehingga belum memberikan perlindungan hukum bagi para pihak bila terjadi *overmacht*.

Berdasarkan temuan-temuan dalam pembahasan mengenai hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara subyek hukum dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar Smartgama Karanganyar dan pembahasan



mengenai perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian tersebut maka dapatlah diketahui, yang perlu mendapat perhatian dari pihak franchisor dalam menjalankan bisnis waralaba ini, adalah franchisor (pemberi waralaba) harus mendaftarkan hak kekayaan intelektual yang dimilikinya berupa merek Smartgama. Dengan mendaftarkan merek tersebut, maka akan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi para pihak terutama pihak franchisee (penerima waralaba) dalam menjalankan usahanya.

Apabila dicermati 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.

Berdasarkan uraian di atas, dapat makna bahwa hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar Smartgama Karanganyar mengatur perjanjian antara pengusaha dan pengusaha waralaba, melindungi keuntungan baik dari pengusaha maupun pengusaha waralaba, dan berisi pertaturan jelas tentang penerimaan waralaba.

Mengenai hak kekayaan atas intelektual yang berupa merek Smartgama belum didaftarkan oleh pihak *franchisor* sehingga hal tersebut belum memberikan perlindungan hukum bagi pihak franchisee dalam pemakaian merek tersebut dalam menjalankan usahanya. Begitu juga mengenai keadaan *overmacht* tidak di atur dalam perjanjian bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar smartgama Karanganyar sehingga belum memberikan perlindungan hukum bagi para pihak bila terjadi *overmacht*.

Dalam bisnis franchise, hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* dibangun atas dasar perjanjian. Hubungan tersebut dituangkan dalam suatu bentuk perjanjian yang disebut dengan Perjanjian Franchise. Perjanjian Franchise merupakan dokumen yang didalamnya seluruh transaksi dijabarkan secara bersama. Perjanjian Franchise harus secara tepat menggambarkan janji-janji yang dibuat dan harus adil, serta pada saat yang bersamaan menjamin bahwa ada kontrol yang cukup untuk

melindungi integritas sistem. Untuk itu hal yang perlu diperhatikan oleh *franchisor* dan *franchisee* bahwa hak dan kewajiban para pihak sebaiknya dijabarkan secara terperinci dan di buat dalam pasal tersendiri untuk memudahkan para pihak dalam memahaminya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam perjanjian waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar: Terdapat perlindungan bagi pihak franchisor dalam hal: Pembayaran ganti rugi; Pembatalan perjanjian; Penyelesaian masalah. Hal ini sesuai dengan Pasal 34 dan pasal 36. Tidak terdapat perlindungan bagi pihak franchisor dalam hal: Peralihan resiko; Hak kekayaan intelektual. Hal ini sesuai dengan Pasal 1460 KUH Perdata dan pasal 3 (f) PP No. 42 Tahun 2007. Terdapat perlindungan bagi pihak franchise dalam hal: Pemberian ganti rugi; Penyelesaian masalah. Hal ini sesuai dengan Pasal 33 (4) dan pasal 36. Tidak terdapat perlindungan bagi pihak franchise dalam hal: Peralihan resiko; Hak kekayaan intelektual. Hal ini sesuai dengan Pasal 1460 KUH Perdata dan pasal 3 (f) PP No. 42 Tahun 2007.

Perjanjian waralaba yang ideal dalam hal: Franchisor harus mendaftarkan hak kekayaan intelektual yang dimilikinya berupa merk dagang smartgama. Hak dan kewajiban para pihak sebaiknya dijabarkan secara terperinci dan di buat dalam pasal tersendiri. Tanggung jawab para pihak bila terjadi *overmacht* harus dimasukkan dalam pasal tersendiri dalam perjanjian bisnis waralaba.

Beberapa hal yang hendak penulis sarankan terhadap perjanjian ini adalah dalam menjalankan bisnis waralaba di lembaga bimbingan belajar smartgama ini, franchisor (pemberi waralaba) harus mendaftarkan hak kekayaan intelektual yang dimilikinya berupa merk dagang smartgama, hal ini untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi para pihak dalam menjalankan usahanya.

Hendaknya ketentuan mengenai hak dan kewajiban antara franchisor dan franchisee dibuat dalam suatu pasal tersendiri karena dalam perjanjian ini tidak disebutkan secara jelas mana yang menjadi hak dan kewajiban franchisor dan franchisee.

Mengenai ketentuan perlindungan hukum pada dasarnya perjanjian ini sudah memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi para pihaknya. Akan tetapi ada baiknya apabila tentang perlindungan hukum juga diatur dalam pasal tersendiri agar lebih jelas lagi, sehingga perlindungan hukum yang diberikan dapat maksimal, termasuk di dalamnya perlindungan hukum bagi para pihak bila terjadi *overmacht*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifa'I, *Proposal Bisnis, Personal Franchise ( Waralaba Pribadi ) Bentuk Usaha Alternatif Menjadi jutawan Dalam Waktu Relatif Singkat*, L4L Press, Surakarta, 2004
- Hadi, Soestrisno, *Metodologi Research, Jilid II*, Yayasan Penerbit Fakultas Hukum / Psikologi Universitas Gajahmada, Yogyakarta, 2004
- Maharam, S., *Waralaba, Alternatif Strategi Ekspansi Paling Murah*, Smfr@Nchise
- Roni Hanintjo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1994
- Soekanto, Soejono, *Perpektif Teoritis Studi Hukum dalam Masyarakat*, PT. Rajawali, Jakarta, 2006.
- Suryanto, Edy HP, *Tinjauan Legal Normatif Fanchise/Waralaba Di Indonesia*, tesis, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, 2008
- Wafiya, *Pola Hubungan Hukum Kemitraan Melalui Bisnis Franchise Di Kota Bengkulu*, tesis, Universitas Islam Syekh Yusuf, Banten, 2005
- Widjaja, Gunawan, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.