

Klausul-Klausul Dalam Perjanjian Franchise Terhadap Pihak Yang Berat Sebelah

Intan Fitri Khoirunnisa Farida

Fakultas Hukum Universitas Diponegoro

Email: farida@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Klausul-Klausul Dalam Perjanjian Franchise Terhadap Pihak Yang Berat Sebelah, secara khusus tujuannya adalah mengetahui ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee pada perjanjian waralaba jika dikaji dengan asas-asas hukum. Metode penelitian yang diunakan adalah penelaitian hukum yang emngguankan pendekatan perundang undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada perjanjian franchise restoran Serba Wenak, dapat dikatakan bahwa terdapat ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee, dimana franchisor sebagai pemberi waralaba menetapkan beberapa klausul yang sebetulnya memberatkan franchisee. Hak dan kewajiban antara keduanya tidaklah berimbang, sehingga bagi penulis hal ini tidak memenuhi asas proporsionalitas yang seharusnya terkandung di dalam kontrak perjanjian. Pada dasarnya asas proporsionalitas merupakan perwujudan doktrin “keadilan berkontrak” yang mengoreksi dominasi asas kebebasan berkontrak yang dalam beberapa hal justru menimbulkan ketidakadilan. Sebuah perjanjian waralaba yang baik salah satu kriterianya adalah apabila perjanjian tersebut menjamin kesetaraan hak dan kewajiban antara pemberi dan penerima waralaba.

Kata Kunci: Klausula Perjanjian, Franchise, proporsionalitas.

Abstract

The purpose of this study is to find out the clauses in the franchise agreement against biased parties, specifically the aim is to find out the gap between the position of the franchisor and the franchisee in the franchise agreement if studied with legal principles. The research method used is legal research that uses a statutory approach. The results show that in the Serba Wenak restaurant franchise agreement, it can be said that there is an imbalance between the position of the franchisor and the franchisee, where the franchisor as the franchisor sets several clauses that actually burden the franchisee. The rights and obligations between the two are not balanced, so

for the author this does not fulfill the principle of proportionality that should be contained in the contract agreement. Basically, the principle of proportionality is the embodiment of the doctrine of "fairness in contract" which corrects the dominance of the principle of freedom of contract which in some cases actually causes injustice. One of the criteria for a good franchise agreement is if the agreement guarantees equality of rights and obligations between the giver and the franchisee.

Keywords: Agreement Clause, Franchise, proportionality.

A. Latar Belakang Permasalah.

Franchise atau waralaba adalah salah satu jenis usaha yang diminati oleh pengusaha pemula, karena pengusaha pemula akan diberikan rencana operasi bisnis dengan arah yang jelas oleh pemberi franchise, selain itu juga pengusaha pemula akan mendapatkan bantuan manajemen dari pemberi franchise. Waralaba menjadi salah satu alternatif pilihan pengembangan usaha karena banyak keuntungan yang akan diperoleh penerima waralaba, penerima waralaba diberikan hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang.

Pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan berupa royalti atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba. Pada dasarnya, kontrak berawal dari perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan diantara para pihak.¹ Sebelum membuat kontrak, para pihak akan bernegosiasi terlebih dahulu untuk memperoleh kesepakatan untuk saling mempertemukan sesuatu yang diinginkan dari masing-masing pihak. Namun, pada kenyataannya terdapat fenomena adanya ketidakseimbangan dalam kontrak terutama kontrak-kontrak konsumen dalam standar atau baku yang didalamnya memuat klausul-klausul yang isinya berat sebelah.

¹ Agus Yudha Hernoko. "Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial" Jakarta: Prenada Media Group. 2010. hlm 1.

Untuk kontrak komersial harus benar-benar dikaji dengan cermat dan hati-hati agar tidak serta merta menyatakan klausul kontrak tersebut tidak seimbang. Misalnya, dalam kontrak waralaba terdapat klausul yang isinya kewajiban penerima waralaba untuk membayar sejumlah dana dalam bentuk tunai untuk kewajiban *start up* yang jumlahnya akan ditentukan oleh pemberi waralaba.² Klausul lain, misalnya franchise yang ditetapkan oleh franchisor dan sama sekali tidak diperbolehkan menjalankan usaha dalam bidang/usaha dalam jenis apapun.³ Franchisor yang memiliki sistem bisnis memiliki posisi tawar sangat kuat dalam negosiasi kontrak franchise dengan franchisee. Dengan posisi tawar yang demikian itu, franchisor mendikte isi kontrak. Isi atau klausul-klausul kontrak itu sendiri sudah dibakukan dalam sebuah kontrak baku.

Bagi franchisee hanya ada pilihan *take it or leave it*. Kontrak yang demikian dapat menghasilkan suatu kontrak yang tidak fair dan tidak patut yang merugikan franchisee.⁴ Dengan latar belakang tersebut maka dapat diangkat permasalahan yaitu bagaimanakah ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee pada perjanjian waralaba jika dikaji dengan asas-asas hukum?. Adapun tujuan tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penulisan ini adalah: Untuk mengetahui ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee pada perjanjian waralaba jika dikaji dengan asas-asas hukum.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi perkembangan hukum di Indonesia. Adapun manfaat yang ingin dicapai adalah sebagai berikut: Manfaat Teoritis yaitu diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan di bidang hukum perikatan pada khususnya; dan Manfaat Praktis yaitu Diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi masyarakat umum yang ingin mengetahui tentang klausul-klausul dalam perjanjian franchise terhadap pihak yang berat sebelah.

B. Metode Penelitian

² Ibid., hlm 3.

³ Jessica Amelinda. "Pelaksanaan Asas Proporsionalitas dalam Pembentukan Perjanjian Waralaba Video Ezy di Jakarta". Diponegoro Law Review Vol 3, No 2, Thn 2014.

⁴ Ridwan Khariandy, Franchise as Predator: Perlunya Iktikad Baik dalam Pelaksanaan Kontrak Franchise, hlm. 1-2.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah penelitian yang menggunakan sumber data sekunder / data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan. Penelitian hukum normatif ini biasanya mencakup : Penelitian terhadap asas – asas hukum, penelitian terhadap sistematik hukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi vertical dan horizontal, perbandingan hukum, sejarah hukum. Metode pendekatan ini dilakukan dengan mengkaji norma – norma hukum dalam peraturan perundang–undangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Ketimpangan Antara Kedudukan Franchisor dan Franchisee Pada Perjanjian Waralaba Jika Dikaji dari Asas-Asas Hukum

Perkembangan sangat pesat terjadi dalam bidang perdagangan dan jasa salah satunya adalah bisnis franchise. Bisnis usaha ini tumbuh subur di Indonesia baik asing maupun lokal. Cepatnya perkembangan dan suksesnya bisnis franchise ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling mendasar adalah bahwa franchise merupakan kombinasi dari pengetahuan dan kekuatan satu usaha bisnis yang sudah ada atau mapan.⁵

Kontrak franchise merupakan suatu kontrak timbal balik antara hak dan kewajiban franchisor dan franchisee. Pada dasarnya, dalam suatu kegiatan bisnis franchise tercermin suatu kegiatan yang berkenaan dengan pemberian izin dari pihak franchisor kepada seorang franchisee untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis yang dimiliki franchisor dalam hal ini adalah Restoran Serba Wenak.

Pemberian izin tersebut meliputi izin untuk menggunakan hak-hak franchisor dalam hal hak milik intelektual, hal ini lazimnya disebut sebagai lisensi yang biasanya hanya meliputi pemberian izin untuk penggunaan satu jenis hak milik intelektual, seperti pemberian kepada merek tertentu. Namun, dalam pemberian lisensi franchisee meliputi berbagai macam hak milik intelektual karena hak-hak yang diberikan kepada franchise hampir hak-hak milik intelektual seperti nama perniagaan, logo, merek, paten, model, dan desain. Dengan diberikannya izin tersebut pihak franchisee diwajibkan untuk membayar

⁵ Suyud Margono. "Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual". Bandung: Nuansa Aulia. 2010. hlm 52.

royalty kepada pihak franchisor atau pemberi waralaba. Besarnya royalty yang harus dibayarkan oleh pihak franchisee umumnya ditentukan sendiri oleh pihak franchisor dalam kontrak franchise.⁶

Pada perjanjian franchise restoran Serba Wenak, dapat dikatakan bahwa terdapat ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee, dimana franchisor sebagai pemberi waralaba menetapkan beberapa klausul yang sebetulnya memberatkan franchisee. Hak dan kewajiban antara keduanya tidaklah berimbang, sehingga bagi penulis hal ini tidak memenuhi asas proporsionalitas yang seharusnya terkandung di dalam kontrak perjanjian.

Makna proporsionalitas dapat dilihat dari pengertian keadilan terlebih dahulu, seperti yang dikatakan oleh Aristoteles "*justice consists in treating equals equally and unequals unequally, in proportion to their inequality*", yaitu prinsip bahwa yang sama diperlakukan secara sama, dan yang tidak sama juga diperlakukan tidak sama, secara proporsional. Pada hakikatnya gagasan tersebut merupakan titik tolak bagi pemaknaan asas proporsionalitas dalam hubungan kontraktual para pihak. Pada dasarnya asas proporsionalitas merupakan perwujudan doktrin "keadilan berkontrak" yang mengoreksi dominasi asas kebebasan berkontrak yang dalam beberapa hal justru menimbulkan ketidakadilan.

Ukuran proporsionalitas pertukaran hak dan kewajiban didasarkan pada nilai-nilai kesetaraan (*equitability*), kebebasan, distribusi-proporsional, tentunya juga tidak dapat dilepaskan dari asas atau prinsip kecermatan (*zorgvuldigheid*), kelayakan (*redelijkheid; reasonableness*) dan kepatutan (*billijkheid; equity*). Untuk menemukan asas proporsionalitas dalam kontrak dengan menggunakan kriteria atau ukuran nilai-nilai tersebut di atas, hendaknya tidak diartikan akan diperoleh hasil temuan berupa angka-angka matematis.

⁶ A. Yudha Harroko. "Asas Proporsional Dalam Perjanjian Waralaba". Jurnal Hukum Bisnis, Vol 1, No 1, April 2015. Hlm.7.

Asas proporsionalitas tidak mempermasalahkan keseimbangan (kesamaan) hasil secara matematis, namun lebih menekankan proporsi pembagian hak dan kewajiban di antara para pihak yang berlangsung secara layak dan patut (*fair and reasonableness*).⁷

Bagi seorang franchisee yang jeli dan kritis, setelah mempelajari bentuk kontrak yang ditawarkan calon franchisornya, ternyata posisinya di dalam kontrak kurang menguntungkan, maka ia cenderung untuk membatalkan kontrak daripada merugikannya dalam jangka waktu yang panjang. Di samping itu calon franchise harus betul-betul memahami tujuan kontrak kerja sama. Konsep kontrak kerja sama dalam usaha franchisor bukan berarti franchisor mempekerjakan franchisee. Franchisor tidak boleh memperlakukan franchisee sebagai bawahan atau pihak yang akan dieksploitasi tenaga dan sumber dayanya yang semata-mata untuk keuntungan franchisor karena jika diartikan secara langsung, franchise berarti *free from servitude* yang artinya bebas dari perhambaan.⁸

Dalam setiap peraturan perundang-undangan diperlukan adanya suatu asas, karena asas ini yang melandasi atau menjiwai ataupun menghidupi peraturan perundang-undangan dimaksud, dan dengan asas hukum maka maksud dan tujuan peraturan perundang-undangan tersebut menjadi jelas.

Demikian pula peraturan perundang-undangan di bidang waralaba, maka di dalamnya harus ada asas-asas hukum yang menjadi landasan pengaturan waralaba, khususnya dalam hal pengaturan pembuatan perjanjian waralaba.⁹

Apabila menelaah perjanjian franchise restoran Serba Wenak, dapat dilihat beberapa klausul yang tidak memenuhi asas proporsionalitas dalam hak ini kedudukan franchisee penulis anggap tidak menguntungkan, namun di lain sisi di dalam hal-hal poin f perjanjian tertulis bahwa :

⁷ Junaidi Arif. "Penerapan Asas Proporsionalitas Perjanjian Penggunaan Kartu Kredit Dalam Sistem Transaksi Perdagangan". Al'Adl, Vol VIII, No 2, Mei-Agustus 2016. Hlm.69.

⁸ A. Yudha Harroko. Op.Cit., hlm 8.

⁹ Moh. Najib Imanullah. "Kajian Penerapan Asas-Asas Hukum Perjanjian Waralaba Internasional Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Dan Implikasi Yuridisnya". FH Unisba, Vol XII No 1, Maret 2010. hlm 9.

“f. franchisee setuju membeli dan menjalankan serta mematuhi semua ketentuan dan persyaratan yang ditetapkan oleh franchisor”.

Sehingga menurut paham individualisme, setiap orang bebas untuk memperoleh apa yang dikehendaknya dan dalam hal ini diwujudkan dalam “kebebasan berkontrak”. Asas kebebasan berkontrak ini sendiri pun dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang berbunyi : “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.¹⁰ Dan berdasarkan asas konsensualisme juga dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUH Perdata. Dalam pasal itu ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak. Asas konsensualisme merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan merupakan persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua belah pihak.¹¹

Meskipun kedudukan franchisee tidak begitu menguntungkan layaknya franchisor, namun berdasarkan asas kebebasan berkontrak perjanjian ini adalah sah dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak itu sendiri serta memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Pada dasarnya kontrak berawal dari perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan diantara para pihak. Perumusan hubungan kontraktual tersebut pada umumnya diawali dengan proses negosiasi diantara para pihak. Melalui negosiasi para pihak berupaya menciptakan bentuk-bentuk kesepakatan untuk saling mempertemukan sesuatu yang diinginkan melalui proses tawar menawar, namun demikian, terdapat fenomena adanya ketidakseimbangan dalam berkontrak, terutama kontrak dalam bentuk standar/baku yang di dalamnya memuat klausul-klausul yang isinya berat sebelah. Misalnya, dalam kontrak waralaba terdapat klausul yang isinya kewajiban penerima waralaba untuk membayar sejumlah dana dalam bentuk tunai untuk kewajiban *start-up* yang jumlahnya akan

¹⁰ Salim, H.S., S.H., M.S. “Hukum Kontrak, Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak”. Jakarta: Sinar Grafika. 2014. hlm 9.

¹¹ Ibid., hlm 10.

ditentukan oleh pemberi waralaba. Klausul lain, misalnya franchisee hanya diperbolehkan menjalankan usaha di bidang yang telah ditetapkan oleh franchisor dan sama sekali tidak diperbolehkan menjalankan usaha dalam bidang/usaha sejenis dalam bentuk apapun.¹² Dalam hal ini terdapat di dalam klausul perjanjian franchise restoran Serba Wenak Pasal 1 angka 4, yaitu “tidak akan menyediakan dan menyajikan makanan lain dan atas usaha selain makanan Serba Wenak yang diterapkan oleh franchisor”.

Menurut penulis adanya klausul seperti ini hanya akan menghambat perkembangan franchise yang di dirikan oleh franchisee karena franchise yang didirikan franchisee belum tentu berkembang mengingat panduan operasional pengelolaan restoran secara cuma-cuma yang diberikan franchisor biasanya tidak berjalan dengan semestinya dan hanya disebutkan dalam perjanjian sebagai formalitas saja sehingga franchisee tidak bisa melakukan inovasi-inovasi yang menurutnya dapat memberikan nilai tambah untuk franchisenya.

Adapula yang disebut konsultasi gratis oleh franchisor apabila restoran franchisee berada dalam keadaan kritis yang dapat menyebabkan tutupnya atau berhentinya bisnis restoran. Seperti yang penulis katakan sebelumnya, pada praktiknya perbuatan secara cuma-cuma yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee hanya sebuah formalitas saja dan juga tidak diberikan jaminan hukum apakah konsultasi cuma-cuma ini dapat membuat franchise menjadi berkembang atau bahkan tidak ada perkembangan dan berujung kerugian.

Program pelatihan yang diberikan untuk franchisee secara berkesinambungan dan berkala paling sedikit 2 (dua) kali dalam setahun bagi penulis merupakan jumlah yang kecil karena untuk membangun sebuah restoran dengan ketentuan yang telah ditentukan franchisor tidaklah mudah. Sehingga tidaklah sinkron jika mengingat segala kewajiban franchisee kepada franchisor yang tidak bertimbal balik dengan servis yang baik dari franchisor itu sendiri. Hal ini dilakukan semata-mata hanya untuk pemenuhan dari pada

¹² Cut Helmi Yanti Simbolon. “Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba Masaji Fried Chicken”. *Diponegoro Law Review*, Vol 5, No 2, Thn 2016. hlm 2-3.

ketentuan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 saja sehingga tidak melakukan pelanggaran terhadap Pasal 17 mengenai sanksi.

Dalam rangka melindungi kepentingan para pihak dan penyetaraan hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, maka Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, mengatur bahwa perjanjian waralaba paling sedikit memuat klausula: nama dan alamat para pihak; jenis HKI; hak dan kewajiban para pihak; bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba; wilayah usaha; jangka waktu perjanjian; kepemilikan, perubahan kepemilikan dan ahli waris; penyelesaian sengketa; dan tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Namun sayangnya tidak semua perjanjian waralaba melaksanakan apa yang ditegaskan oleh Pasal 5 ini, termasuk perjanjian franchise restoran Serba Wenak yang tidak memenuhi keseluruhan isi dari Pasal 5. Salah satu contohnya adalah tidak adanya penyebutan klausul mengenai hak dari pada franchisor dan franchisee, perjanjian hanya menyebutkan tentang kewajiban keduanya saja. Padahal bagi penulis penyebutan hak dalam klausul merupakan hal yang sangat krusial terutama bagi franchisee, karena di dalam perjanjian terdapat beberapa klausul yang secara tersirat merupakan “hak” dari franchisor walaupun tidak disebutkan secara tegas dan lugas dalam suatu pasal. Misalnya mengenai syarat-syarat yang ditetapkan oleh franchisor pada Pasal 1, franchisee fee dan royalti pada Pasal 2, biaya-biaya yang dikeluarkan lagi oleh franchisee diluar dari fee dan royalti pada Pasal 7, bahkan pembatalan secara sepihak yang dapat dilakukan oleh franchisor sewaktu-waktu pada Pasal 14. Bagi penulis, kesemuanya merupakan hak-hak franchisor dalam perjanjian waralaba ini. Sehingga penulis sangat berpendapat bahwa perjanjian ini berat sebelah untuk franchisee karena salah satu halnya yaitu tidak adanya pasal atau klausul yang menyebutkan hak dari pada franchisee.

Sebuah perjanjian waralaba yang baik salah satu kriterianya adalah apabila perjanjian tersebut menjamin kesetaraan hak dan kewajiban antara pemberi dan penerima waralaba. Kriteria ini menjadi sangat penting dalam perjanjian waralaba mengingat

bahwa perjanjian waralaba merupakan perjanjian kerjasama antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang masing-masing ingin mendapatkan timbal balik yang proporsional. Meskipun pemilik sistem bisnis adalah pemberi waralaba, namun pemberi waralaba tidak dapat mengembangkan bisnisnya tanpa partisipasi aktif dalam kegiatan bisnis yang riil dari penerima waralaba. Hubungan kerjasama ini akan saling menguntungkan apabila diletakkan di atas prinsip kesetaraan. Namun demikian, dalam kenyataannya ada kecenderungan bahwa pemberi waralaba lebih dominan dalam membuat keputusan pada saat perjanjian dibandingkan penerima waralaba. Oleh karena itu, Pemerintah merasa perlu untuk mengatur perjanjian waralaba ini dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008, dalam rangka melindungi para penerima waralaba, atau setidaknya berusaha agar perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak tersebut memuat hak dan kewajiban yang setara.¹³

Di dalam kontrak perjanjian restoran Serba Wenak tidak terindikasi adanya asas kesetaraan antara kedua belah pihak, walaupun bagi keduanya untuk membuat perjanjian kontrak yang diinginkan sudah memenuhi asas kebebasan berkontrak.

Adapun asas kesetaraan teridentifikasi dari ketentuan:¹⁴

- a. Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dan mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia;
- b. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba, yang mengatur bahwa pemberi waralaba berhak menerima fee atau royalty dengan kewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba;
- c. Penerima waralaba berhak menggunakan HKI atau ciri khas usaha milik pemberi waralaba, dengan kewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba;

¹³ Moch. Najib Imanullah. Op.Cit., hlm 9.

¹⁴ Ibid., hlm 12.

- d. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak;
- e. Perjanjian dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.

Obyek dari perjanjian waralaba adalah 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 (Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007). Ciri khas usaha tersebut merupakan ide kreatif dan inovatif dari pemberi waralaba, yang harus dihormati oleh pihak lain. Hal ini dikarenakan untuk mengkreasi ide tersebut dan merealisasikannya dengan berbagai uji coba telah menyita waktu yang cukup lama, tenaga, pikiran dan biaya. Ketika ciri khas usaha ini telah terbukti berhasil dan pihak lain ingin memanfaatkannya, maka sudah pada tempatnya harus memberikan kontra prestasi, yaitu pembayaran *initial fee*, *royalty* dan yang tidak kalah pentingnya adalah menjaga kerahasiaan ciri khas usaha yang menjadi milik pemberi waralaba tersebut.¹⁵

Setiap pemilik waralaba menetapkan sejenis iuran dan meminta bagian dari pendapatan penjualan yang dihasilkan sebagai pengganti atas penggunaan nama, produk atau jasa, serta sistem bisnisnya. Persyaratan iuran dan modal awal sangat bervariasi diantara para pemilik waralaba.¹⁶

Biaya pendirian waralaba sering sudah mencakup berbagai iuran tambahan. Kebanyakan waralaba membebankan iuran waralaba di muka untuk hak penggunaan nama perusahaannya. Biaya pendirian lainnya mungkin termasuk biaya untuk analisis lokasi, pembelian tempat dan persiapan, konstruksi, papan nama, perlengkapan, peralatan, bantuan manajemen, dan pelatihan.

Pemilik waralaba juga mengenakan iuran *royalty* yang berlanjut sebagai cara atau metode untuk pembagian keuntungan. *Royalty* ini biasanya dihitung berdasarkan

¹⁵ Ibid., hlm 13.

¹⁶ Hery, S.E., M.Si., CRP., RSA., CFRM. "Kewirausahaan". Jakarta: Grasindo. 2017. hlm 32.

presentase dari penjualan kotor dengan suatu pembayaran minimum, atau berupa iuran tetap yang dipungut dari penerima waralaba.¹⁷

Selain adanya ketimpangan hukum yang dirasakan oleh franchisee, ada pula hal-hal yang dirasa dapat membuat franchisor berada pada posisi yang kurang baik yaitu apabila franchisee terlambat melakukan pembayaran *royalty fee*. Tidak semua franchisor memasukkan klausul mengenai denda keterlambatan pembayaran, namun pada kontrak perjanjian franchise restoran Serba Wenak terdapat satu pasal yang dapat menjadi pasal pengaman bagi franchisor yaitu pada Pasal 7 angka 1 yang berbunyi:

“Franchisee setuju membayar kepada franchisor semua biaya dan iuran sesuai dengan perjanjian ini termasuk biaya atau tagihan tambahan atas semua produk atau jasa-jasa yang diberikan atau bahkan diberikan kepada franchisor. Setiap pembayaran yang terlambat akan dikenakan denda keterlambatan sebesar 1% perhari untuk paling lama satu bulan”.

Pasal ini merupakan pasal pengaman bagi franchisor apabila franchisee terlambat melakukan pembayaran *royalty* walaupun pasal ini pula dapat menjadi beban bagi franchisee yang masih merintis dan belum dapat menjalankan usahanya dengan baik, karena panduan operasional dan konsultasi secara cuma-cuma yang diberikan franchisor pada prakteknya hanyalah sebagai formalitas saja mengingat ketentuan sanksi yang diatur Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 apabila franchisor tidak memberikan panduan dan bantuan kepada franchisee.

Artinya, program pelatihan yang diberikan oleh franchisor tidaklah memuaskan. Manfaat utama dari membeli sebuah waralaba adalah pelatihan yang diberikan pihak pemilik waralaba agar dapat menjalankan dengan baik operasi waralaba tersebut. Akan tetapi, kualitas program pelatihan waralaba dapat sangat berbeda-beda. Banyak penerima waralaba berpikir bahwa mereka akan mendapat banyak pelatihan, tetapi akhirnya menemukan bahwa pelatihan itu hanyalah berupa kursus kilat satu minggu. Oleh sebab itu, sebelum menandatangani suatu kontrak waralaba, akan sangat bijak untuk mencari

¹⁷ Ibid., hlm 33.

tahu secara terperinci mengenai program pelatihan yang disediakan oleh pemilik waralaba.¹⁸

Di lain hal, pada Pasal 14 terdapat klausul mengenai Pembatalan. Di pasal ini diatur bahwa franchisor dapat membatalkan secara sepihak perjanjian karena beberapa hal dan apabila franchisor melakukan pembatalan sepihak maka terdapat kewajiban franchisee yang harus dipenuhi. Dampak dari pemutusan perjanjian atau kontrak secara sepihak oleh franchisor pastinya sangat merugikan franchisee. Dan menurut penulis franchisee dapat menuntut ganti rugi atas kerugian yang dideritanya. Namun dalam klausul kontrak perjanjian restoran Serba Wenak ini, tidak menyatakan secara tegas mengenai hak franchisee apabila franchisor melakukan pembatalan secara sepihak, hal ini menurut penulis dapat merugikan franchisee jika saja franchisor tidak dapat mengartikan klausul ini dengan baik.

Pihak franchisor memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada franchisee, hal ini disebabkan karena franchisor sebagai pemilik usaha yang menyewakan usahanya tersebut kepada franchisee dengan ketentuan bahwa pihak franchisee tidak akan menyewakannya kepada pihak lain. Kedudukan ini membuat franchisor dapat menentukan isi perjanjian bahkan memutuskan perjanjian secara sepihak. Pemutusan perjanjian atau kontrak dapat disebabkan karena wanprestasi atau kealpaan dari pihak franchisor (pemberi waralaba) dan wanprestasi atau kealpaan dari pihak franchisee (penerima waralaba). Biasanya alasan franchisor memutuskan perjanjian karena pihak franchisee melanggar isi perjanjian yang telah dibuat. Misalnya jika franchisee tidak memenuhi sales quota minimum yang telah disepakati, franchisor dapat memutuskan perjanjian tersebut.

Hal lain yang mungkin juga terjadi misalnya:¹⁹ Franchisee menjadi terutang atau tidak mampu membayar utang kepada franchisor (insolven); Melakukan pelanggaran atau kerahasiaan; Terlambat melakukan laporan royalti; Gagal membayar royalti; Melakukan tindakan di luar standar kualitas dan jasa. Dari alasan-alasan pemutusan perjanjian atau

¹⁸ Ibid., hlm 34.

¹⁹ Suyud Margono. Op.Cit., hlm 70.

kontrak yang dikemukakan di atas, muncul pertanyaan apakah hak dan kewajiban dari franchisor dan franchisee setelah pemutusan. Mengenai masalah tersebut harus dilihat apakah hal ini dinyatakan dalam perjanjian waralaba atau tidak. Pada saat pemutusan perjanjian, bekas franchisee tidak lagi berhak menggunakan hak kekayaan intelektual, karena hak tersebut masih dipegang oleh franchisor karena perlisensian, ataupun pendaftaran. Secara khusus franchisee harus perhatikan bahwa uang yang telah dibayarkan misalnya untuk *advertising*, promosi dari merk dan nama usaha digunakan berdasarkan perjanjian waralaba tidak akan diberikan hak apapun untuk menggunakan tanda tersebut setelah pemutusan perjanjian.

Dampak dari pemutusan perjanjian atau kontrak secara sepihak oleh franchisor pastinya sangat merugikan franchisee. Sehingga tidak menutup kemungkinan franchisee untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang dideritanya. Apabila franchisee menuntut ganti rugi, maka franchisor harus membayar kerugian tersebut. Demikian sebaliknya apabila wanprestasi atau kealpaan disebabkan oleh franchisee maka franchisor juga dapat menuntut ganti rugi. Sebelum menyatakan bahwa salah satu pihak wanprestasi baik dilakukan oleh franchisor maupun franchisee, maka para pihak menyelesaikan sengketa dengan cara musyawarah terlebih dulu dengan memberikan teguran atau somasi. Somasi diatur dalam Pasal 1238 KUH Perdata dan Pasal 1243 KUH Perdata.²⁰

D. Simpulan

Pada perjanjian franchise restoran Serba Wenak, dapat dikatakan bahwa terdapat ketimpangan antara kedudukan franchisor dan franchisee, dimana franchisor sebagai pemberi waralaba menetapkan beberapa klausul yang sebetulnya memberatkan franchisee. Hak dan kewajiban antara keduanya tidaklah berimbang, sehingga bagi penulis hal ini tidak memenuhi asas proporsionalitas yang seharusnya terkandung di dalam kontrak perjanjian. Pada dasarnya asas proporsionalitas merupakan perwujudan doktrin “keadilan berkontrak” yang mengoreksi dominasi asas kebebasan berkontrak yang dalam beberapa hal justru menimbulkan ketidakadilan. Sebuah perjanjian waralaba

²⁰ Salim H.S. “Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)”. Jakarta: Sinar Grafika. 2013. hlm 178.

yang baik salah satu kriterianya adalah apabila perjanjian tersebut menjamin kesetaraan hak dan kewajiban antara pemberi dan penerima waralaba. Kriteria ini menjadi sangat penting dalam perjanjian waralaba mengingat bahwa perjanjian waralaba merupakan perjanjian kerjasama antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang masing-masing ingin mendapatkan timbal balik yang proporsional.

Pembuatan kontrak perjanjian waralaba hendaknya memuat unsur-unsur asas hukum dan harus sesuai dengan yang dicita-citakan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, mengingat pembuatan kontrak perjanjian sering kali berat sebelah terhadap pihak franchisee yang dilimpahkan banyak kewajiban namun tidak setimpal dengan hak yang didapatkannya serta kewajiban franchisor yang bagi penulis tidak seimbang dan tidak proporsional dengan kewajiban franchisee.

Daftar Pustaka

- Amelinda, Jessica. "Pelaksanaan Asas Proporsionalitas dalam Pembentukan Perjanjian Waralaba Video Ezy di Jakarta". *Diponegoro Law Review*, Vol 3, No 2, Thn 2014.
- Arif, Junaidi. "Penerapan Asas Proporsionalitas Perjanjian Penggunaan Kartu Kredit Dalam Sistem Transaksi Perdagangan". *Al'Adl*, Vol 8, No 2, Mei-Agustus 2016.
- H.S, Salim. 2013. "Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)". Jakarta: Sinar Grafika
- H.S, Salim. 2014. "Hukum Kontrak, Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak". Jakarta: Sinar Grafika.
- Harroko, A. Yudha. "Asas Proporsional Dalam Perjanjian Waralaba". *Jurnal Hukum Bisnis* Vol 1 No 1 April 2015.
- Hernoko, Agus Yudha. 2010. "Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial" Jakarta: Prenada Media Group.
- Hery. 2017. "Kewirausahaan". Jakarta: Grasindo.

Imanullah, Moh. Najib. “Kajian Penerapan Asas-Asas Hukum Perjanjian Waralaba Internasional Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Dan Implikasi Yuridisnya”. FH Unisba, Vol XII No 1, Maret 2010.

Margono, Suyud. 2010. “Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual”. Bandung: Nuansa Aulia.

Simbolon, Cut Helmi Yanti. “Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba Masaji Fried Chicken”. Diponegoro Law Review, Vol 5, No 2, Thn 2016.

Slamet, Franky. 2016. “Pengantar Manajemen Waralaba”. Jakarta: Penerbit Indeks.