**KEBERADAAN BISNIS WARALABA BERKAITAN DENGAN HAKI YANG
DIMILIKI OLEH PIHAK PEMBERI WARALABA PADA UMKM
(DI KOTA YOGYAKARTA)**

Siti Sumartiah

ABSTRACT

One form of development and expansion of business by using the Franchise system, so rapidly growing supported business expanding increasingly varied. Business approach through Franchise system is one of the strategy of empowering SME to develop business and improve SME in the future. Based on the description of the above mentioned background, it can be formulated the following issues: how the Franchise business regulatory system in the aspect of the agreement / contract, how the form of legal protection terwaralaba and how the efforts undertaken by SMEs as perpetrators of the Franchise in resolving disputes arising from the implementation Franchise agreement In connection with the development and protection of SME business as stipulated through Law No.20 Year 2009 on Small Business which stated that the government intends to seek and empower SMEs in order to compete in facing free trade. The empowerment of MSMEs is done through Partnership program as outlined in PP No.44 of 1997. From the existing Franchise contract, we can see the role of Franchise in arrangement of agreement / contract on Franchise business. But in practice the arrangement of agreement arrangements is more dominant by Franchisors who override the interests of Franchise recipients.

Keywords: Franchise, Intellectual Property Right, SME

ABSTRAK

Salah satu bentuk pengembangan dan upaya memperluas bisnis dengan menggunakan sistem Franchise, begitu pesat berkembang didukung usaha memperluas bisnis kian bervariasi. Pendekatan bisnis melalui sistem Franchise merupakan salah satu strategi pemberdayaan UMKM untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan UMKM dimasa yang akan datang. Berdasarkan uraian dari latar belakang tsb diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut: bagaimana sistem pengaturan bisnis *Franchise* dalam aspek perjanjian / kontraknya, bagaimana bentuk perlindungan hukum terwaralaba dan bagaimana upaya yang dilakukan oleh UMKM sebagai pelaku *Franchise* dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dari pelaksanaan perjanjian *Franchise* Sehubungan dengan pengembangan dan perlindungan usaha UMKM yang dituangkan melalui UU No.20 Tahun 2009 tentang Usaha Kecil dimana dinyatakan bahwa pemerintah bermaksud untuk mengupayakan dan memberdayakan UMKM agar dapat bersaing dalam menghadapi perdagangan bebas. Pemberdayaan UMKM dilakukan dengan melalui program Kemitraan yang dituangkan pada PP No.44 Tahun 1997. Dari kontrak *Franchise* yang ada, dapat kita lihat peran *Franchise* dalam pengaturan perjanjian/ kontrak pada bisnis *Franchise*. Tetapi dalam praktek lapangan pengaturan perjanjian lebih dominan oleh *Franchisor* yang mengesampingkan kepentingan penerima *Franchise*.

Kata kunci : Waralaba, HAKI, UMKM

Latar Belakang

Pengembangan Usaha melalui Franchise atau Waralaba ini terasa semakin banyak diterapkan oleh perusahaan di dunia. Popularitas pada usaha *Franchise* sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi barang dan jasa semakin meningkat. Sebagai salah satu sistem pemasaran yang efektif, keberadaan Franchise/Waralaba dianggap mampu menjangkau pangsa pasar suatu jenis produk keseluruh dunia tanpa harus memerlukan modal yang berisiko yang relatif tidak terlalu tinggi. Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan Waralaba di seluruh Indonesia, maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi Waralaba Nasional yang handal dan mempunyai daya saing didalam negeri dan luar negeri khususnya produk dalam negeri.

Praktek bisnis Waralaba perlu mengetahui legalitas dan bonafitas usaha dari Pemberi Waralaba (*franchisor*) di Indonesia, guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan system Waralaba. Disamping itu sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan penerima Waralaba (*franchisee*), pemberi Waralaba harus menyampaikan prospektus penawaran kepada calon penerima Waralaba dalam memasarkan produknya. Selain itu beberapa pengusaha Indonesia, khususnya Kota Yogyakarta juga telah mengembangkan bisnis waralaba, Semakin derasnya perkembangan Waralaba ditingkat UMKM pada saat ini menunjukkan bahwa lembaga bisnis ini dibutuhkan masyarakat.

Tetapi kenyataannya didalam praktek kontrak atau perjanjian Waralaba masih sering terjadi antara Pemberi hak dan Penerima hak terasa berat sebelah. Sehingga kurang menguntungkan bagi penerima hak waralaba dalam hal ini

misalnya kita lihat dalam pengakhiran perjanjian, banyak pemberi hak Waralaba tanpa harus merugikan dirinya untuk dapat melakukan pengakhiran perjanjian tersebut. Dalam hal terjadi penutupan perjanjian Waralaba, dimana jangka waktu perjanjian telah habis dan Pemberi Waralaba tidak bersedia memperbaruinya, bahkan mengalihkan usaha waralabanya kepada orang lain. Dalam kondisi yang demikian, terasa tidak seimbang, karena tidak mempunyai kekuatan tawar menawar.

Dengan berlakunya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007, apakah sudah dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi terwujudnya kemitraan, untuk menciptakan persaingan yang sehat dan sejauh mungkin dapat mencegah timbulnya keadaan yang merugikan khususnya Penerima hak dan pada umumnya perekonomian Nasional. Dengan uraian tersebut diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang Kemitraan Bisnis ditinjau dari Aspek Hukum, yaitu khusus pada usaha Bisnis Waralaba UMKM. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kekuatan hukum dari perjanjian bentuk perjanjian Waralaba dikaitkan dengan HAKI yang diberikan oleh pihak pemberi Waralaba ?
2. Bagaimana kedudukan Pemberi dan Penerima Waralaba dikaitkan dengan HAKI ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh UMKM sebagai pelaku Waralaba dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dari pelaksanaan perjanjian Waralaba ?

Pengertian Waralaba di Indonesia

Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan

barang dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian Waralaba (Peraturan Pemerintah No.42 Th 2007, Psl 1 angka 1)

Waralaba mampu menciptakan lapangan kerja baru dan menyerap tenaga kerja.banyak.

Pemberi Waralaba / Franchisor Adalah orang perorangan atau badan Usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada penerima Waralaba Kewajiban Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.

Penerima Waralaba / Franchisee Adalah orang perorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba. **Hak Kekayaan Intelektual, disingkat “HAKI”**. Merupakan padanan kata yang biasa digunakan untuk Intellectual Property Rights (IPR), yakni hak yang timbul bagi hasil olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia pada intinya HAKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. **Rahasia dagang** Suatu karya yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan / atau bisnis dimana mempunyai nilai ekonomis karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. **Perjanjian Waralaba** Pengertian perjanjian adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi Waralaba dengan penerima Waralaba (Peraturan Pemerintah No.42 Th 2007, tentang Waralaba, (Pasal 4)

Dasar hukum perjanjian Waralaba di Indonesia

- a. Pasal 5 ayat (2) UUD Negara RI Tahun 1945
- b. KUHPerdato
- c. Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil

- d. Peraturan Pemerintah RI Nomor 44 tahun 1997 tentang Kemitraan
- e. Peraturan Pemerintah No 42 tahun 2007 tentang Waralaba
- f. Undang Undang no 15 tahun 2001 tentang Merek
- g. Undang Undang No 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Perlindungan Hukum Pada umumnya keberadaan hukum adalah merupakan perlindungan untuk kepentingan manusia yang berbentuk kaidah atau norma. 11.STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba)

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan tersebut diatas, maka setiap kegiatan bersifat ilmiah tentunya mempunyai tujuan tertentu. Demikian pula dengan penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang kriteria perjanjian Waralaba terkait HAKI yang terdaftar
- b. Untuk menganalisis dan memahami kedudukan pemberi Waralaba dan penerima Waralaba yang dikaitkan dengan HAKI
- c. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh UMKM sebagai pelaku Waralaba dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dari pelaksanaan perjanjian Waralaba.

Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi :

- a. Dapat menjadi pertimbangan dan masukan bagi Lembaga Legislatif dalam merumuskan Undang undang
- b. Dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha Waralaba

c. Dapat memberi jalan keluar yang akurat terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi.

Tempat Dan Waktu Penelitian Tempat Penelitian di lakukan di Kota Yogyakarta. Waktu Penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan

Subyek Dan Obyek Penelitian Subyek Penelitian adalah Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Obyek Penelitian adalah perjanjian Bisnis Waralaba pada UMKM.

Pelaksanaan Penelitian Penelitian ini dengan pendekatan yuridis normatif dan empiris yaitu penelitian terhadap ketentuan atau peraturan perundang-undangan dan penelitian bertitik tolak dari data primer yaitu data yang didapat langsung dari masyarakat sebagai sumber pertama melalui lapangan dan dari kepustakaan. Sedangkan bentuk dari laporan penelitian ini nanti adalah bersifat deskriptif.

Populasi Penelitian Populasi dari penelitian adalah meliputi pelaku usaha bisnis Waralaba (UMKM) yang melakukan kontrak Waralaba dalam wilayah penelitian dilakukan.

Sampel Penelitian Populasi dalam penelitian ini digunakan sebesar 30 pelaku usaha sebagai responden yaitu penerima waralaba dan pemberi Waralaba.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data data yang meliputi :

1. Data Primer

Penelitian lapangan dalam pengumpulan data dengan menggunakan : Kuisisioner dan wawancara pemberi waralaba dan penerima waralaba

2. Data Sekunder

Penelitian kepustakaan ini untuk mendapatkan data sekunder tentang hukum perjanjian, Undang-undang berkaitan dengan sistem Waralaba

Analisis Data

Dari data yang ada diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan lapangan, akan dianalisis secara kualitatif.

Hasil Penelitian

Dalam bagian ini disajikan pembahasan hasil penelitian Berdasar pada penelitian terhadap pelaku Waralaba/ *franchise* yang diteliti, peneliti membatasi pada penerima Waralaba dengan kerjasama pada bisnis Waralaba, maksimal besarnya kontrak/ perjanjian sejumlah Rp.10.000.000,- Semakin derasnya perkembangan Waralaba ditingkat UMKM pada saat ini, menunjukkan bahwa lembaga bisnis ini dibutuhkan masyarakat dan sekaligus memberi kesempatan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan serta pendapatan. Kenyataan dari hasil penelitian lapangan hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam perjanjian bisnis Waralaba ditandai dengan ketidak seimbangan kekuatan tawar secara tertulis yang dibuat dan ditawarkan oleh pihak pemberi waralaba/*franchisor* dan penerima waralaba/*franchisee* yang menetapkan secara apriori syarat². baku yang harus diikuti oleh penerima waralaba.

Dari bentuk perjanjian diatas, ada beberapa penyebab timbulnya ketidak seimbangan penerima Waralaba dalam perjanjian bisnis Waralaba yaitu dikarenakan status penerima waralaba adalah berada dipihak yang lebih lemah. dari bentuk perjanjian diatas, ada beberapa penyebab timbulnya ketidak seimbangan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba. Faktor faktor itu meliputi: **Pertama**, lemahnya posisi tawar dari pihak penerima waralaba hanya diberi kesempatan untuk menerima atau menolak perjanjian waralaba. **Kedua**, ketidak pengertian pihak penerima waralaba terhadap persoalan-persoalan hukum diseputar waralaba. Dengan demikian penerima waralaba tidak ada

kemungkinan melakukan tawar menawar dari isi perjanjian, apabila isi perjanjian itu masih sejalan dengan prinsip-prinsip umum dari perjanjian. Misalnya mengenai jumlah fee, cara pembayaran, batas-batas eksklusif daerah usahanya. Pada pemberi waralaba/franchisor lebih kuat dari pada penerima Waralaba/ franchisee.

Disamping pemberi waralaba / franchisor sudah banyak pengalaman dalam menangani usaha waralaba ini, sehingga dalam hal ini dapat dikatakan pengetahuan yang dimiliki lebih unggul ketimbang pengetahuan dari penerima waralaba. Hal ini mengakibatkan adanya ketidak seimbangan antara pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam pembuatan perjanjian waralaba. Beberapa hal yang menyangkut manajemen produksi dan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak franchisor yang penting dalam kegiatan pelatihan dan promosi.

Dalam kajian yuridis perjanjian waralaba dipandang perjanjian lisensi khusus, karena menyangkut lisensi merek atau trade mark dan merek jasa atau dapat juga dikatakan sebagai pemberian hak lisensi untuk memproduksi produk dengan merek tertentu untuk mendistribusikan produk tertentu.

Dengan kata lain karena adanya suatu kewenangan dari pihak *franchisor* untuk melakukan pengawasan terhadap bisnis kerjasama yang dilisensikan pada *franchisee*, termasuk pelatihan serta perdagangan dan manajemen. Adapun dalam pelaksanaannya hanya dilakukan sebatas ketentuan yang termuat dalam perjanjian sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya, serta mengacu pada sistem yang ditentukan oleh *franchisor*. Dalam hal ini memberikan pengertian bahwa *franchisee* dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan system bisnis waralaba yang harus memenuhi standarisasi.

Pada penelitian ini telah ditemukan adanya suatu perjanjian Waralaba yang telah disepakati oleh para pemberi waralaba dan penerima waralaba dan dalam perjanjian tersebut terdapat kewajiban kewajiban yang harus dipenuhi masing masing pihak. Namun penerima Waralaba telah melakukan wanprestasi dengan ketentuan misalnya (pasal 12) dalam perjanjian tersebut dengan cara melakukan pengalihan pelaksanaan perjanjian waralaba kepada pihak lain tanpa seijin pemberi waralaba, sehingga disini menimbulkan pertentangan kepentingan pada pelaksanaan perjanjian waralaba. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba pada perjanjian waralaba di Jogjakarta dan untuk mengetahui akibat hukum yang timbul karena wanprestasi terhadap penerima waralaba pada perjanjian waralaba, serta untuk mengetahui upaya hukum terhadap pelaksanaan pengalihan perjanjian pada perjanjian waralaba yang dapat berakibat terhadap penerima waralaba berupa penuntutan ganti rugi, biaya kemitraan dan pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak, namun pemberi waralaba tidak pernah melakukan penuntutan ganti rugi, sedangkan upaya hukum yang ditempuh ialah dengan cara musyawarah / mufakat oleh kedua belah pihak dengan dilakukannya peneguran terlebih dahulu sebanyak satu kali oleh pemberi waralaba.

Orang yang telah membeli bisnis waralaba bisa mendapatkan keuntungan kerjasama yang telah terbangun sebelumnya oleh pemilik waralaba, misal kerjasama dengan pemasok bahan baku, pihak periklanan dan juga pemasaran . Dan dalam hal ini banyak orang berpikir bahwa keuntungan bisnis waralaba adalah mendapatkan keuntungan lebih besar karena brand atau merek telah dikenal oleh banyak orang . Akan tetapi kenyataannya hal ini tidak selalu terjadi demikian. Biaya yang dikeluarkan oleh pembeli waralaba

pada pemilik waralaba tentunya dipotong dari keuntungan yang didapat pembeli waralaba dan akan mendapatkan banyak kemudahan disaat awal usaha,

Salah satu kekurangan dari bisnis waralaba adalah kurangnya kendali dari pembeli waralaba terhadap bisnisnya sendiri, karena semua sistem telah ditentukan pemilik waralaba, sehingga ruang gerak pembeli waralaba sangat terbatas dan Ide-ide untuk kreatifitaspun terkadang tidak bisa diaplikasikan, karena adanya perjanjian perjanjian khusus & sangat terikat dengan suplier untuk mendapatkan keuntungan yang mencukupi.

Ketergantungan pada reputasi waralaba lain salah satu kekurangan terbesar dari waralaba adalah ketergantungannya reputasi waralaba terhadap waralaba lain. Jika waralaba yang lain melakukan kesalahan yang mengakibatkan rusaknya reputasi, maka hal ini juga akan mempengaruhi waralaba yang dikelola

Bentuk Perlindungan Hukum Penerima waralaba UMKM Penerima waralaba, dalam mekanisme kerja dalam perjanjian waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan, kedudukan pemberi waralaba dengan penerima waralaba setara. Hal ini akan menggambarkan dalam skala perusahaan, masing-masing perusahaan yang dimilikinya dan dikendalikan oleh pemiliknya. Antara kedua belah pihak merupakan pihak yang bebas antara satu dengan lainnya, meskipun secara ekonomis keduanya merupakan unit yang saling bergantung dalam suatu sistem.

Dalam kenyataannya dari hasil penelitian lapangan hubungan pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam bentuk perjanjian waralaba, kebanyakan merupakan perjanjian baku /standart yang dibuat dan ditawarkan oleh pemberi waralaba. Pemberi waralaba yang

menetapkan secara apriori syarat-syarat baku yang harus diikuti oleh penerima waralaba/franchisee

Bentuk pelaksanaan Peraturan Pemerintah RI No.42 tahun 2007 tentang waralaba jo SK Menperindag No 259/MPP/Kep/7/1997 dalam mencegah terjadinya pelanggaran pemberi waralaba / franchisor.

Pelaksanaan PP No.42 tahun 2007 dalam prakteknya, secara umum dapat memberikan keseimbangan antara pihak penerima waralaba dengan pemberi waralaba. Pasal 4 ayat (1) yang mengatur bahwa perjanjian waralaba harus dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis dengan memperhatikan hukum Indonesia dan sudah mulai dilaksanakan meskipun belum optimal.

Tidak optimalnya pelaksanaan PP No. 42 tahun 2007 tentang waralaba diindikasikan dengan munculnya ketidak tegasan pengenaan sanksi bagi para pelanggar peraturan Pemerintah tersebut.

Selanjutnya juga hal ini terilustrasi dalam persyaratan minimal pendaftaran waralaba Pasal 5 PP No.42 tahun 2007 mensyaratkan bahwa dalam perjanjian waralaba harus memuat 12 klasul. Dari 12 klasul ini sebagian besar sudah diterapkan dalam perjanjian kemitraan waralaba.

Pembahasan

Bentuk perjanjian bisnis waralaba, pada kenyataan dari hasil penelitian lapangan, hubungan antara pemberi waralaba/ *franchisor* dengan penerima waralaba/ *franchisee* dalam perjanjian bisnis waralaba ditandai dengan ketidak seimbangan kekuatan tawar menawar. Perjanjian waralaba yang diteliti merupakan perjanjian yang baku yang dibuat dan ditawarkan oleh pemberi waralaba. Dan pemberi waralaba/ *franchisor* yang menetapkan secara apriori syarat-syarat baku yang harus diikuti oleh penerima waralaba.

Menurut ketentuan perjanjian waralaba dibuat dalam bentuk tertulis, agar menjamin kepastian hukum bagi pelaku usaha waralaba. Perjanjian waralaba/*franchise* pada prinsipnya merupakan hubungan hukum antara beberapa pihak yang sepakat untuk melakukan perbuatan hukum tertentu, disamping itu perjanjian kerjasama bisnis waralaba sebagai suatu perjanjian akan mengikat para pihak dan dapat dipaksakan secara hukum.

Dalam hal ini perjanjian waralaba yang terjadi antara Pewaralaba/ *franchisor* selaku pemilik dan sebagai UMKM dalam perjanjian Kerjasama Bisnis Waralaba, dalam perjanjian tersebut terdapat kekeliruan yaitu posisi Pewaralaba/ *franchisor* selaku pemilik, sementara dalam pasal 1 angka 3 perjanjian tersebut yang menjelaskan bahwa pemilik adalah badan usaha yang memberikan hak kepada pihak lain untuk dapat memanfaatkan dan menggunakan usaha yang dimiliki kepada penerima bisnis waralaba/ *franchisee*, jadi dalam hal ini kurang jelas bahwa pihak pewaralaba/ *franchisor* itu sebagai pemilik atau penerima perjanjian kemitraan bisnis waralaba. Sedangkan pada ketentuan yang menjadi pijakan hukum dalam hukum positif Indonesia, adalah perjanjian mengacu pasal 1320 KUHPdt. Akan tetapi terhadap pelaksanaan pada perjanjian bisnis waralaba sendiri berlandaskan dari pasal 1338 KUHPdt. Yang berkenaan dengan asas kebebasan berkontrak.

Sedangkan hukum kontrak di Indonesia menganut suatu "system terbuka" dalam hal ini memberikan kebebasan bagi setiap orang untuk membuat perjanjian/ kontrak terutama menyangkut isinya. Selain undang-undang tentang UMKM diterbitkan pula suatu pedoman pelaksanaan keterkaitan kemitraan di bidang industry kecil yang isinya memuat mengenai pedoman kemitraan yang dapat dilaksanakan dengan berbagai cara salah satunya dengan waralaba. Dalam hal ini dapat disampaikan

secara singkat dapat diuraikan bahwa pedoman tersebut memuat mengenai pengertian waralaba, syarat dan kewajiban sebagai pemberi waralaba/ *franchisor* dan UMKM sebagai penerima waralaba/ *franchisee*, serta bidang usaha yang potensial dikembangkan dengan system waralaba. Hal ini merupakan langkah yang cukup positif dalam rangka melakukan pembinaan UMKM selaku Penerima waralaba. atau bisnis apakah memenuhi persyaratan

Dalam kenyataannya dalam *MOU* adalah ringkasan dari perjanjian yang intinya memuat bahwa kedua belah pihak sepakat untuk meningkatkan diri dalam suatu Kerjasama Waralaba. Biasanya penandatanganan *MOU* disertai dengan pembayaran tahap pertama Biaya Waralaba (20% - 30%) untuk mencegah calon terwaralaba "main-main" karena kita sudah mulai membuka "rahasia dapur" setelah *MOU*. Ada Klausul dalam *MOU* bahwa jika tidak dilanjutkan dengan penanda tanganan perjanjian Waralaba setelah 30 hari, maka *MOU* menjadi batal dan uang yang telah dibayar tidak dapat ditarik kembali. Supaya fair, 14 hari sebelum penandatanganan, calon terwaralaba sudah harus menerima draft *MOU* untuk dipelajari, dan menyiapkan untuk pembayaran tahap pertama. Setelah *MOU* tahap berikutnya adalah penandatanganan perjanjian Waralaba sedangkan perjanjian yang sudah ditandatangani mengikat selama masa berlakunya perjanjian.

Pada saat serah terima barang / SOP / Instalasi, harus ada Berita Acara serah terima, harus ada saksi dan dokumentasi sebagai bukti dan setelah serah terima kewajiban Penerima Waralaba untuk dapat menjaga barang / SOP pinjaman dari Pemberi Waralaba sesuai apa yang telah disepakati bersama tersebut. Dan pada saat itu akan disusul dengan pelunasan atau pembayaran terakhir sebelum penerima Waralaba dapat mulai membuka outletnya.

Dalam persiapan *opening* perlu dipastikan semua kewajiban pembayaran sudah harus dilunasi oleh penerima Waralaba. Pada saat *opening* sangat disarankan pemberi Waralaba membantu mendampingi persiapan *opening* dan bentuk *opening* dapat disesuaikan dengan jenis usaha Waralaba yang akan dibuka dan bagi usaha yang sifatnya retail perlu melibatkan warga sekitarnya. Sedangkan promosi khusus *opening* perlu dilakukan misal dalam bentuk iklan di media lokal (radio, surat kabar setempat, majalah), *leaflet*, spanduk / umbul-umbul dan perlu ada program diskon khusus *opening*)

Pendampingan Waralaba diperlukan untuk membantu memberikan kemudahan bagi penerima Waralaba dalam menjalankan bisnisnya sehingga dapat cepat menghasilkan keuntungan. Menjaga keseragaman yang menjadi ciri system Waralaba diantara *outlet-outlet* Waralaba milik penerima Waralaba dan tentunya dalam memonitor sehingga otomatis memudahkan pengambilan solusi jika terjadi masalah.

Permasalahan sering terjadi di lapangan antara lain adanya penyimpangan dari SOP misalnya perbedaan kualitas *output*, perbedaan penghitungan *royalty* akibat system administrasi tidak seragam, tampilan outlet tidak seragam, ketidaktepatan bentuk, ukuran, warna logo dan atribut identitas lainnya.

Masalah dengan penerima Waralaba dilapangan ditemukan penerima Waralaba merasa keberatan dengan besarnya *royalty* dan meminta diskon, keterlambatan penerima Waralaba dalam membayar *royalty*. Jadi perlu hati-hati dengan tidak membayar *royalty fee* sering hanya dijadikan “senjata” untuk menunjukkan ketidakpuasan kepada pemberi Waralaba.

Mengenai masalah ketidakpuasan pada pemberi Waralaba, terhadap penerima Waralaba antara lain tidak mendapatkan kontrol dan monitoring yang

dijanjikan, merasa tidak mendapatkan pelatihan berkala yang dijanjikan, merasa pemberi Waralaba disaat-saat sulit dan omzet tidak sesuai apa yang ditargetkan.

Sebagai tindak lanjut dalam rangka melakukan pembinaan terhadap pada umumnya pemahaman UMKM di Indonesia khususnya dalam hal penggunaan kerjasama bisnis waralaba dalam bidang makanan/ minuman, jasa. Dalam hal ini dalam rangka untuk memberikan semangat/ motivasi pertumbuhan dan pengembangan UMKM untuk dapat menerapkan memenuhi syarat di waralaba sistem waralaba.

Format bisnis waralaba/ *franchise* pada umumnya adalah suatu sistem untuk mempersiapkan suatu bisnis apakah telah memenuhi syarat diwaralaba UMKM dan peralatan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dimuka, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk perjanjian pada Bisnis Waralaba UMKM serta factor penyebabnya serta pelaksanaan Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 adalah sebagai berikut :

Pada dasarnya berbagai pengaturan *franchise* di Indonesia tidak diatur secara specific didalam ketentuan Perundang-undangan tetapi diatur dalam sejumlah perundang-undangan, secara kontraktual *franchise* adalah suatu perjanjian yang dalam hal ini disebutkan sebagai perjanjian tidak bernama didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, sebab dalam hal ini diberikan kebebasan para pihak untuk membuat perjanjian berdasarkan kesepakatan masing-masing. Sedangkan secara tehnik procedural pemerintah berusaha menetapkan peraturan yang berkaitan dengan *franchise* dengan keluarnya Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang telah

disempurnakan, dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM.

Untuk selanjutnya pengaturan franchise di Indonesia tetap berpegang pada ketentuan dasar dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Pada masalah ini kedudukan penerima Waralaba/ *franchisee* seringkali tidak seimbang dengan Pemberi Waralaba / *franchisor* dikarenakan dalam hal pembuatan perjanjian .

Pembuatan perjanjian selalu dilakukan oleh pihak *franchisor*, sehinggakeuntungan hanya berada ditangan *franchisor*, sedangkan *franchisee* sering mengalami ketidak puasan. Hal ini dapat dilihat dari pembayaran royalty & fee dan lain-lain yang terkandung didalam perjanjian / kontrak tersebut, bahkan untuk pemilihan tempat, gerai usaha juga berdasarkan ketentuan *franchisor*. Dalam hal ini penyelesaian sengketa dilakukan dengan cara proses peradilan. Adapun sengketa antara *franchisee* dan *franchisor* belum pernah terjadi di Indonesia khususnya kota Yogyakarta, tetapi dalam kontrak atau perjanjian tegas dinyatakan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan cara musyawarah dan apabila ada ketidak puasan, maka dapat diupayakan ketahap peradilan, sedangkan proses penyelesaian diluar indonesia dilakukan oleh para arbiter Internasionasi, karena pada umumnya sengketa *franchise* menyangkut hubungan luas dan bersifat Internasional

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan wawancara serta pengamatan peneliti, maka peneliti memberikan saran-saran bagi penerima Waralaba/*franchisee* pada kegiatan Kerjasama Bisnis Waralaba UMKM hendaknya lebih memperhatikan beberapa hal, sehingga dapat mengoptimalkan kegiatan usahanya dan lebih berhati-hati

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Sebelum menanda tangani perjanjian / kontrak harus bisa melihat :

a. Apakah bisnis tersebut ada keunikan/ keunggulan, bagaimana pengalaman pemiliknya dalam mengelola usahanya dan berdirinya kapan.

b. Didalam pembuatan Kontrak/ perjanjian hendaknya *franchisor* memperhatikan aspek kemanfaatan, bukan hanya bagi *franchisee*, terutama pada saat seorang *franchisor* mendirikan suatu jenis *franchise* khususnya untuk jenis franchise UMKM, maka perlu *franchisor* menyusun suatu perjanjian franchise yang mengandung manfaat bagi rasa keadilan dan UMKM yang terdiri dari pengusaha kecil. Penyusunan perjanjian kontrak harus membedakan apakah ditujukan untuk pengusaha UMKM atau pengusaha yang besar

c. Perlu dianalisa apakah usaha tersebut dalam kurun 5 tahun kebelakang prospeknya bagaimana.

d. Sebagai pembuatan perjanjian yang berdasarkan kesepakatan para pihak, maka perlu adanya satu pengaturan Perundang-undangan yang mengatur secara tegas berbagai aspek yang mengatur tentang franchise/ waralaba di Indonesia. Perlu adanya perbedaan antara peraturan umum tentang *franchise*, apakah franchise besar atau *franchise* UMKM

2. Hendaknya perselisihan diantara pemberi waralaba/ *franchisor* dan penerima waralaba / *franchisee* harus dapat dihindarkan mengingat biaya untuk berperkara di pengadilan mahal, sebaiknya setiap permasalahan hanya dilakukan dengan musyawarah/ negosiasi.

Apabila ada sengketa maka perlu dipilih suatu lembaga yang dapat bertindak sebagai negoisator, sehingga perkara dijamin kerahasiaannya tidak sampai ke Pengadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anomi, 2006"Aspek Hukum Dari Franchise" Artikel dalam kliping Perpustakaan, BPPM.
- Bryce Webster, 2006, *The Insiden's Guide to Franchising* Amacom, American Management Association, New York.
- Biji Wijayanto, 2011, *Memahami Bisnis Franchise*, Pusat Pendidikan dan Pelatihan Bisnis Waralaba, Disperindagkop Propinsi DIY, Yogyakarta.
- Engenia Liliawati Mulyono, 2007, *Peraturan PerUndang-Undangan Waralaba* UU No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Fokusmedia, Bandung.
- Erman Rajagukguk, Ridwan Khairandy, 2006, *Tehnologi dan Alih Tehnologi Dalam Perspektif Hukum*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Indag, 2000, *Informasi tentang Waralaba* Diperindag Dirjen Perdagangan Dalam Negeri, Direktorat Bina Usaha, Jakarta.
- Johny Ibrahim, 2007, *Teori dan Metodologi Penelitian hukum Normatif*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Koentjaraningrat, 2007, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Prenada Media, Jakarta
- Richard Burton Simatupang, 2006, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sanusi Bintang dan Dahlan, 2001, *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Citra aditya Bakti, Bandung
- Stephen Fox, 1993, *Product Franchising dan Business Format Franchising*, Soesanto Boedidarmo, Media Komputindo, Jakarta.
- Sumartiah Siti, 2001, *Aspek Hukum Restoran Siap Saji di Indonesia*, Tesis Program Magister Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
- Subagio, Felix, 2003, *Perlindungan Bisnis Franchise*, Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, Jakarta
- Suharnoko, Desember 1996, *Pemutusan Perjanjian dan Perlindungan Hukum bagi Franchise*, Hukum Ekonomi Pembangunan No.6 Th XXVI, Jakarta.
- Diklat Manajemen Binis Waralaba, 2011, *Pusat Pendidikan dan Pelatihan Bisnis Waralaba*, Disperindagkop Propinsi DIY.
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata Undang-Undang Republik Indonewsia nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil
- Peraturan Men. Perdag. RI. No.259 / MPP / Kep / 7/ 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Peraturan Pemerintah RI No.44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
- Permen Perdag. Nomer 31/ M-Dag/ Per/ 8/ 2008 tentang penyelenggaraan Waralaba Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba