

Tinjauan Yuridis terhadap Kerjasama dengan Sistim Franchise Pada Bisnis Ritel

Oleh:

Siti Mahmudah

Fakultas Hukum Bagian Perdata Universitas Diponegoro

sitimahmudah.fhundip@gmail.com

Abstrak

Franchise yang merupakan metode pemasaran modern yang berkembang begitu cepat di dunia, termasuk di Indonesia, antara lain, antara lain dapat dilihat dengan menjamurnya outlet – outlet Alfa mart, Indomart di daerah – daerah di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaturan kerja sama bisnis franchise di Indonesia pada bisnis ritel dan bagaimana hubungan hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam bisnis ritel tersebut?

Metode pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian doktrinal atau yuridis normatif. Data yang dipergunakan adalah data sekunder yang merefer pada data kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum ada peraturan khusus yang mengatur kerjasama dengan sistim franchise pada bisnis ritel. Sebagai landasan operasional adalah perjanjian Franchise yang secara umum tunduk pada ketentuan umum Buku III KUH Perdata dan Peraturan Pemerintah No 42 Tentang Waralaba, hubungan hukum para pihak dapat diketahui dari perjanjian yang tersebar dalam pasal – pasal perjanjian tersebut yang merupakan undang – undang bagi franchisee maupun franchisor.

Kata kunci : Franchise, Bisnis ritel.

A. Pendahuluan

Franchise merupakan salah satu bentuk kerja sama yang cukup populer di Indonesia. Pada tahun 2000 an ada sekitar 70 franchise lokal di Indonesia , adapun yang dimaksud dengan franchise lokal adalah franchise yang lahir di Indonesia baik yang beroperasi di Indonesia maupun di manca negara. Berkembangnya sistim franchise di Indonesia, berawal dari kerja sama pengusaha lokal dengan franchise asing. Franchise asing adalah franchise yang berasal dari luar Indonesia, dan beroperasi di Indonesia.

Franchise yang merupakan metode pemasaran modern yang berkembang begitu cepat di dunia berawal di Perancis , yang semula merupakan hak monopoli yang diberikan oleh raja Perancis kepada seseorang untuk melaksanakan aktivitas bisnis tertentu , kemudian berkembang di Jerman sebagai pemberian hak khusus untuk menjual minuman . Perkembangan sangat pesat terjadi di Amerika , yang dipelopori oleh perusahaan mesin jahit Singer dalam memasarkan produknya. Puncak dari berkembangnya bisnis franchise ini terjadi ketika di Amerika Serikat terjadi peningkatan yang luar biasa terhadap kebutuhan jenis produk , dan jasa¹. Franchise kemudian berkembang dengan pesat , karena digunakan sebagai metode pemasaran dalam berbagai jenis bidang usaha , mulai dari restoran , bisnis ritel , salon rambut , hotel , foto , dealer mobil stasiun pompa bensin , dan sebagainya ,² khusus dalam bisnis ritel kurang lebih sepertiga keseluruhan toko eceran di Amerika Serikat menggunakan sistim franchise.

Akhir – akhir ini bisnis franchise lokal untuk bidang ritel berkembang cukup pesat , antara lain dapat dilihat dengan menjamurnya outlet – outlet Alfa mart , Indomart di daerah – daerah di Indonesia . Melihat perkembangan yang cukup pesat ini penulis ingin meneliti dari aspek hukumnya ,khususnya mengenai pengaturan

¹ P. Lindawaty S sewu , 2004 **Franchise pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum , dan ekonomi** hal 15 – 16 , Bandung : CV Utomo

² Robert W. Emerson , 1994 , **Franchise Contract Clause and The Franchisor s Duty of of Care Toward Its Franchise** , hal 92

bisnis ritel di Indonesia , dan hubungan hukum para pihak yaitu franchisor dan frinchisee.

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini secara garis besar dapat dikelompokkan dalam penelitian hukum doktrinal yaitu penelitian - penelitian atas hukum yang dikonsepskan dan dikembangkan atas dasar doktrin yang dianut sang pengkonsep dan atau sangpengembangnya. Penelitian ini menggunakan metode kajian hukum yang dikonsepskan sebagai kaidah perundang – undangan menurut doktrin aliran positivisme dalam ilmu hukum.³

Di Indonesia , metode doktrinal ini lazim disebut sebagai metode penelitian yang normatif.⁴ Penelitian hukum normatif adalah jenis penelitian yang lazim dilakukan dalam kegiatan pengembangan ilmu hukum yang di Barat biasa juga disebut dogmatika hukum (*Rechtsgematiek*),⁵ yang menjadi masalah inti dalam dalam ilmu hukum adalah menentukan siapa yang berhak atau berkewajiban atas apa terhadap siapa berkenaan dengan apa dalam situasi apa dan berdasarkan apa ?⁶ .

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif karena penelitian ini ingin menemukan hukum bagi suatu perkara *inconcerto*, yaitu suatu upaya untuk menemukan hukum yang sesuai untuk diterapkan *inconcerto* guna menyelesaikan suatu perkara tertentu, dan dimanakah bunyi peraturan tersebut diketemukan.⁷

Perkara dalam penelitian ini adalah pengaturan bisnis ritel di Indonesia , dan hubungan hukum para pihak yaitu franchisor dan frinchisee. Dengan demikian penelitian

³ Sutandyo Wignjosoebroto , *Hukum , Paradigma , Metode dan Dinamika Masalahnya* , Jakarta : Huma , hlm 147.

⁴ *Ibid* , hal. 148.

⁵ Bernard Arief Sidharta, *Penelitian Hukum Normatif : Analisis Penelitian Filosofikal dan Dogmatikal* , dalam Sulistyowati Irianto dan Sidharta (editor), *Metode Penelitian Hukum , konstelasi dan Refleksi*, Jakarta : Yayasan Obor indonesia , hal.142.

⁶ *Ibid* , hal. 143.

⁷ Ronny Hanitijo Soemitro, **Metodologi Penelitian Hukum dan Juri Metri** (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1990) hal. 22.hubungan hokum para pihak dalam bisnis ritel

ini ingin menemukan bagaimana pengaturan hubungan hukum antara franchisor dan frinchisee dalam bisnis ritel di Indonesia.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi dalam penelitian ini adalah deskriptif Analitis . Deskriptif artinya melukiskan obyek penelitian berdasarkan kenyataan yang ada , dilaksanakan secara sistimatis , kronologis , berdasarkan kaidah ilmiah.

Analitis artinya penggambaran obyek penelitian dikaitkan dengan teori – teori hukum yang ada dan / atau peraturan perundang – undangan yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tentang pengaturan dan hubungan antara franchisor dan frinchiseealam bisnis ritel yang kemudian dilanjutkan dengan menganalisanya dari aspek hukum dengan menggunakan peraturan – peraturan hukum yang berlaku.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder , yang meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Data sekunder diperoleh dengan cara studi kepustakaan, yang meliputi bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder . Bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah KUH Perdata, Peraturan Perundang – undangan tentang Franchise, Peraturan – Perturan dalam bisnis retail, Perjanjian dalam Bisnis Retail dengan sistim Franchise sedangkan bahan hukum sekundernya , meliputi hasil karya ilmiah para sarjana dan hasil–hasil penelitian yang berkaitan dengan Franchise pada bisnis ritel .

4. Teknik Pengolahan dan Analisis data

Bahan hukum sekunder yang telah diinventarisasi , yang dimulai dengan identifikasi yang dilanjutkan dengan pemilihan bahan hukum secara sistimatis dan logis , kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan logika deduktif , dan dibantu dengan

pendekatan peraturan perundang – undangan , sehingga dapat dijelaskan mengenai hubungan hukum franchisor dan frinchesee dalam bisnis ritel di Indonesia.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pengaturan Kerja Sama dengan Sistim Franchise pada Bisnis Ritel di Indonesia

Menurut Martin Mandelson Franchise adalah pemberian lisensi dari seseorang (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*), lisensi tersebut memberi hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan konsep dagan/ nama dagang *franchisor*, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan menurut LPPM *Franchise* adalah suatu system pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*franchisee*) yang berskala kecil dan menengah, hak istimewa untuk melakukan suatu system usaha tertentu, dengan cara tertentu, waktu tertentu, dan disuatu tempat tertentu.

Salah satu bisnis yang menggunakan sistem franchise yang saat ini berkembang adalah bisnis ritel. Ritel adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Ada 4 (empat) fungsi utama *retailing*, yaitu⁸, membeli dan menyimpan barang, memindahkan hak milik barang tersebut kepada konsumen akhir, memberikan informasi mengenai sifat dasar dan pemakaian barang tersebut, memberikan kredit kepada konsumen (dalam kasus tertentu).

Perdagangan ritel (eceran) adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai kepada konsumen.⁹ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perdagangan ritel (eceran) memegang peranan yang sangat penting, baik itu ditinjau dari sudut konsumen maupun dari sudut produsen. Dari sudut produsen, pedagang ritel (eceran) dipandang sebagai seorang/pihak yang memberli dalam bidang penjualan produk perusahaannya. Dengan kata lain, pedagang (eceran)

⁸ Loc.cit.

⁹ Ibid. halaman 7.

merupakan ujung tombak perusahaan yang akan sangat menentukan tidaknya produk perusahaan. Sementara jika dipandang dari sudut konsumen, pedagang ritel (eceran) bertindak sebagai agen yang membeli, mengumpulkan, dan menyediakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pihak konsumen.¹⁰

Di Indonesia belum ada peraturan perundang - undangan yang mengatur secara khusus dan menyeluruh tentang bisnis ritel , apalagi yang menggunakan sistem franchise. Undang-Undang yang khusus mengatur tentang *franchise* juga belum ada , akan tetapi peraturan pelaksanaannya sudah diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Keputusan Menperindag No.259/MPP/KEP/7/Tahun 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Selain itu juga ada Permendag No. 12 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Pendaftaran Usaha Waralaba.

Menurut PP No.42 Tahun 2007 dan Keputusan Menperindag No.259/MPP/Kep/7/Tahun 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba , kerja sama dengan sistin franchise dituangkan dalam perjanjian.

Di Indonesia sumber hukum perjanjian diatur dalam KUH Perdata , khususnya buku III tentang perikatan . Pasal 1313 KUH Perdata merumuskan perjanjian adalah “suatu persetujuan yaitu suatu perbuatan hukum dimana satu orang atau lebih megikatkan dirinyaterhadap satu orang atau lebih.”

Perjanjian franchise tidak diatur secara khusus dalam KUHPerdata seperti halnya jual-beli, sewa-menyewa, akan tetapi Hukum perikatan yang salah satu sumbernya adalah perjanjian memiliki system terbuka dimana setiap orang bebas untuk melakukan perjanjian apa saja, apapun isinya yang dikehendaki, baik yang diatur maupun yang tidak diatur dalam Undang-undang.Berdasarkan asas kebebasan berkontrak ini dibuatlah perjanjian Franchise yang merupakan landasan operasional dalam kerja sama dengan sistem franchise.

Perjanjian Franchise merupakan Perjanjian antara franchisor dengan franchisee, dimana franchisor memberikan hak kepada Franchisee ntuk memproduksi atau

¹⁰ Gerry sugianto

memasarkan barang (produk) atau jasa, dalam jangka waktu dan tempat tertentu, di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee diharuskan membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang telah diperolehnya yang merupakan landasan operasional dalam bisnis franchise.

Perjanjian Franchise ini tunduk pada ketentuan umum buku III KUH Perdata. Buku III KUH Perdata dibagi menjadi dua, yaitu bagian umum yang berisi peraturan-pertaturan atau kaidah-kaidah yang berlaku bagi perikatan pada umumnya, antara lain syarat sahnya perjanjian, macam-macam perikatan, wanprestasi dan hapusnya perikatan dan bagian khusus yang berisi peraturan-peraturan yang mengatur tentang perjanjian yang diatur dalam buku III, yaitu jual beli, tukar menukar, sewa menyewa, persekutuan perdata, hibah, penitipan barang, pinjam pakai, pinjam meminjam, pemberian kuasa, penanggungan utang, perjanjian untung-tugan, dan perdamaian.

Perjanjian – perjanjian yang diatur secara khusus dalam buku III KUH Perdata tersebut disebut dengan perjanjian bernama atau *niminaat*, sedangkan perjanjian yang tidak diatur dalam buku III KUH Perdata disebut dengan perjanjian *innominaat*, Perjanjian ini timbul, tumbuh dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas Perjanjian Franchise merupakan perjanjian tidak bernama (dalam KUH Prdat), karena tidak diatur secara khusus dalam buku III KUH Perdata, tetapi tunduk pada ketentuan umum buku III KUH Perdata sebagai mana diatur dalam Pasal 1339 yang isinya semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat di dalam bab ini dan bab yang lalu.”

Menurut Pasal 1338 sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi para pihak yang membuatnya. Hal ini berarti kekuatan perjanjian franchise yang dibuat oleh franchisor maupun franchisee sama dengan kekuatan bunyi pada pasal-pasal yang diatur dalam undang-undang. Kebebasan yang diberikan kepada para pihak untuk membuat perjanjian yang mempunyai kekuatan sebagaimana undang-undang tersebut dibatasi oleh 3 (tiga) hal, yaitu, tidak

dilarangoleh undang-undang,. tidak melanggar ketertiban umum dan tidak melanggar kesusilaan.

Dengan demikian franchisor maupun franchisee diberikan kebebasan untuk mengatur dan menentukan sendiri kepentingan mereka dalam perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

2. Hubungan Hukum antara Franchisor dengan Franchisee dalam Bisnis Ritel

Dalam penelitian ditemukan , ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh calon franchisee sebelum dilakukan kerja sama tersebut , yaitu mencari informasi mengenai kerjasama dengan franchisor , penentuan Lokasi Gerai dan Pembangunan Gerai

Bentuk perjanjian franchise yang disebut dengan perjanjian waralaba adalah perjanjian tertulis yang isinya sudah ditentukan secara sepihak oleh pewaralaba. Bentuk perjanjian seperti ini disebut perjanjian baku.

Secara umum perjanjian waralaba yang merupakan perjanjian baku hanya mengatur tentang, Para pihak , Hak Eksklusif waralaba, Imbalan waralaba , wilayah waralaba , gerai , karyawan, panduan dan system , pengadaan barang ,kontribusi , iklan dan promosi , penjualan kotor, akuntansi dan keuangan , merek , biaya – biaya, kerahasiaan dan non kompetensi, force majeure , hubungan hokum , penyelesaian perselisihan , tata cara perpanjangan , pengakhiran , dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian antara franchisor dengan franchisee , atau pemberi dan penerima waralaba dalam bisnis ritel adalah suatu perbuatan hukum , yaitu suatu perbuatan yang menimbulkan akibat hukum . Hubungan hukum tersebut dapat kita lihat dari hak dan kewajiban yang diatur dalam perjanjian tersebut. Dari hak dan kewajiban akan terlihat bagaimana keseimbangan kepentingan para pihak terlindungi , akhirnya dari keseimbangan kepentingan dalam perjanjian inilah kita akan melihat tercapai atau tidaknya tujuan kerja sama tersebut.

Uraian di atas tentang isi dari perjanjian waralaba dalam bisnis ritel telah memberikan gambaran kepada kita tentang hak dan kewajiban para pihak yaitu franchisor dan franchisee , yang tersebar dalam beberapa pasal. Secara garis besar hak dan kewajiban tersebut adalah sebagai berikut :

1) Hak dan kewajiban Franchisor

a) Hak Franchisor

- Mengakhiri perjanjian secara sepihak, jika terwaralaba wanprestasi
- Melakukan pengawasan atas gerai
- Memperbaharui, mengganti, mengubah isi panduan dan/atau sistem dan/atau meminta franchisee untuk mengembalikan panduan dan sistem
- Menetapkan jumlah dari masing-masing produk yang harus selalu tersedia pada gerai
- Mengambil dana pada rekening tunda sejumlah kewajiban pembayaran penerima waralaba terhadap pemberi waralaba.
- Melakukan tindakan-tindakan tertentu, apabila terwaralaba tidak melaksanakan kewajibannya.

2) Kewajiban Franchisor

- Memberikan hak eksklusif waralaba kepada pemberi waralaba
- Memberikan bantuan dan asistensi yang diperlukan terwaralaba dalam pelaksanaan kerja sama
- Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan dan penerima waralaba
- Sejumlah uang setiap bulan pada rekening penerima waralaba untuk keperluan biaya operasional pada gerai.

3) Hak dan kewajiban Franchisee

a) Hak franchisee

- Menerima hak eksklusif waralaba
- Dapat menyewa gerai dari pihak ketiga

b) Kewajiban Franchisee

- Membayar imbalan waralaba kepada Alfamart
- Membuka gerai dalam jangka waktu maksimal 60 hari

- Wajib mengurus dan memperoleh semua ijin yang diperlukan sehubungan dengan pendirian, pembangunan, perbaikan, pembukaan dan pengelolaan gerai
- Mengasuransikan gerai dan produk (property all risk), para pelanggan dan/atau pengunjung di dalam gerai, uang yang akan disetor pada rekening tunda pada perusahaan asuransi yang ditunjuk pemberi waralaba.
- Mempekerjakan dan mengawasi seluruh karyawannya sesuai dengan panduan
- Memberikan gaji kepada seluruh karyawannya sesuai dengan peraturan dalam bidang ketenagakerjaan yang berlaku dan sesuai dengan panduan dari pemberi waralaba
- Memperoleh semua ijin yang diperlukan untuk mempekerjakan karyawannya, termasuk tetapi tidak terbatas pada ijin penyimpangan jam kerja
- Mematuhi seluruh peraturan perundang-undangan dan ketentuan pemerintah yang berhubungan dengan ketenagakerjaan.
- Membayar dan menanggung seluruh biaya pendidikan dan pelatihan lanjutan kepada Alfamart
- Mengembalikan sistem dan panduan kepada Alfamart ketika perjanjian berakhir atau jika wanprestasi
- Menerima dan membeli produk yang dipasok Alfamart
- Wajib mencapai target minimal penjualan kotor atas gerai
- Memberikan kontribusi kepada Alfamart setiap tanggal 15 tiap bulan
- Menggunakan merek jasa milik Alfamart dalam setiap aktifitas gerai dan berkewajiban menjaga sistem dan panduan yang bersifat rahasia tersebut.
- Menanggung dan membayar lunas semua jenis pajak, bea materai, retribusi, serta biaya dan ongkos yang timbul sehubungan dengan pengelolaan gerai dan pelaksanaan sistem, panduan dan perjanjian waralaba. Sebagai

pembandingan dengan pengaturan dalam Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 hanya mengenai kewajiban terwaralaba dan pewaralaba, sebagai berikut:

- a) Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran
- b) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional, manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.
- c) Pemberi waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba.
- d) Pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.

Dari isi perjanjian franchise atau waralaba tersebut , dapat diketahui bahwa hubungan hukum antara penerima waralaba (franchisee) dengan pemberi waralaba (franchisor) dalam perjanjian bukan merupakan afiliasi, subsidiary, anak perusahaan, karyawan, agen, perwakilan (kuasa) dari pemberi waralaba. Penerima waralaba merupakan suatu usaha yang terpisah dan bebas serta berdiri sendiri dan karenanya, setiap dan segala tindakan dan perbuatan penerima waralaba adalah merupakan beban dan tanggung jawab penerima waralaba sendiri dan tidak, dengan cara apapun berkaitan dengan pemberi waralaba.

Dengan demikian perusahaan Penerima waralaba atau franchisee merupakan perusahaan yang berdiri sendiri , terpisah dari perusahaan pemberi waralaba . Berdasarkan hak dan kewajiban franchisee , dapat dikatakan bahwa hubungannya adalah sebagaimana dalam perjanjian lisensi atau sewa menyewa yang diatur dalam KUH perdata.

C. SIMPULAN

- Di Indonesia belum ada pengaturan yang mengatur secara khusus kerjasama dengan sistim franchise pada bisnis retail di Indonesia

- Landasan operasional kerjasama dengan sistem franchise adalah perjanjian yang berlaku ketentuan umum dari buku III KUHPerdara yang mengandung asas kebebasan berkontrak
- Berdasarkan asas kebebasan berkontrak para pihak dalam perjanjian franchise membuat isi perjanjian yang berpedoman pada PP No.47 Tahun 2007 tentang Waralaba

D. Daftar Pustaka

- Muhammad , Abdulkadir , 2006 , **Hukum Perusahaan Indonesia** , Bandung : PT Citra Aditya
- Sewu, Lindawaty S, 2004 , **Franchise Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum , dan Ekonomi**, Bandung : CV Utomo
- Soemitro , Ronny Hanitijo, 1990 , **Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri** , Jakarta : PT Ghalia Indonesia
- Wignjosuebrototo , Soetandyo, ***Hukum , Paradigma , Metode dan Dinamika Masalahnya*** , Jakarta : Huma ,
- Subekti, 1987, **Hukum Perjanjian**, Jakarta: Intermasa
- Kitab Undang – Undang Hukum Perdata
- Kitab Undang-Undang Hukum Dagang
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waral