**PENERAPAN ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK DALAM PERJANJIAN WARALABA DOMESTIK DI BIDANG MAKANAN DALAM RANGKA PENGUATAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH JO. PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA**

**JURNAL ILMU HUKUM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Magister Hukum pada Universitas Pasundan

Disusun Oleh :

**Nama : Hamdani**

**NPM : 198040721**



**PROGAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2020**

**PENERAPAN ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK DALAM PERJANJIAN WARALABA DOMESTIK DI BIDANG MAKANAN DALAM RANGKA PENGUATAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH JO. PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA**

**Oleh: Hamdani** [[1]](#footnote-1)

**Abstrak**

Dalam dunia usaha, waralaba(*franchise*) merupakan salah satu bentuk pilihan dalam pengembangan usaha. Bisnis waralaba di Indonesia banyak digunakan dalam bidang usaha makanan. Namun kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba masih dirasakan berat sebelah bahkan kurang menguntungkan bagi pihak penerima waralaba (*franchisee*). Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum (*legal research*) yang mempunyai tujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan kerangka konsep berdasarkans hukum positif. Hasil penelitian menunjukan bahwa penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam pelaksanaanya belum dapat diimplementasikan, karena setiap penerima waralaba (*franchisee*) tidak diberi kebebasan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menentukan isi perjanjian. Hal tersebut karena pembuatan perjanjian waralaba telah ditulis secara baku (*standard contract*).

**Kata Kunci: Waralaba, UMKM, Kebebasan Berkontrak.**

# **PENDAHULUAN**

# **Latar Belakang**

Di era globalisasi yang berkembang sangat pesat dan pertumbuhan ekonomi yang meningkat, muncul berbagai macam sistem usaha yang mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan usaha di Indonesia serta membuka peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (selanjutnya ditulis UMKM).[[2]](#footnote-2)

Keberadaan UMKM merupan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja serta berperan dalam hal pendistribusian hasil produksi dalam negeri.[[3]](#footnote-3)

Terdapat beberapa fungsi utama UMKM dalam menggerakan ekonomi Indonesia, yaitu (1) sebagai penyedia lapangan kerja bagi jutaan orang yang tidak tertampung di sektor formal, (2) mempunyai kontribusi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), dan (3) sebagai sumber penghasilan devisa negara melalui ekspor berbagai jenis produk yang dihasilkan sektor ini.[[4]](#footnote-4) Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan perekonomian nasional, diperlukan suatu sistem usaha untuk memperluas dan memperdayakan serta mengembangkan UMKM yang cenderung masih menerapkan manajemen tradisional, lemah terhadap akses permodalan, teknologi yang cenderung konvensional, miskin, inovasi, dan jaringan, sehingga mampu bersama-sama tumbuh dengan perusahaan besar terutama yang berkelas dunia serta bervisi global.[[5]](#footnote-5)

Menurut Gunawan Widjaja bahwa dalam rangka memperluas dan mengembangkan sebuah usaha ada beberapa cara yang dapat ditempuh, antara lain:[[6]](#footnote-6)

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor-impor;
2. Dengan pemberian lisensi;
3. Melakukan pemberian waralaba(*franchising*);
4. Melakukan perusahaan patungan (*joint ventures*);
5. Membentuk penanaman modal langsung (*foreign* *direct* *investment*) dengan kepemilikan yang menyeluruh atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, bahwa dari berbagai macam pilihan bentuk kerjasama bisnis, usaha waralaba(*franchising*) merupakan salah satu bentuk pilihan dalam pengembangan usaha di Indonesia, hal ini karena dengan sistem usaha ini dapat dilakukan perluasan usaha dengan memanfaatkan dana pihak lain yang berlangsung berperan dalam pengembangan usaha tersebut.[[7]](#footnote-7) Selain itu, salah satu alasan banyak orang memulai usaha dengan cara membeli sistem usaha waralaba bertujuan untuk membentuk standarisasi mutu produk atau jasa (termasuk pelayanan) dalam memenuhi kepuasaan konsumen.[[8]](#footnote-8) Namun demikian, dilain pihak alasan perusahaan *go*-*franchise* (menjadi pewaralaba) adalah karena pertimbangan sebagai berikut: 1) perluasan pasar; 2) menghemat modal;) membagi risiko; 4) memanfaatkan pengusaha.[[9]](#footnote-9)

Waralaba di bidang makanan adalah bisnis yang paling menjanjikan dari sekian banyak bisnis *franchise* di indonesia. Hampir 70% franchise di Indonesia adalah waralaba makanan. Makanan dan minuman (*food and Beverage*) menjanjikan keuntungan yang cukup besar. Berkembanganya waralaba makanan tak lepas dari kebiasaan orang kita yang suka atau minat akan makanan tertentu baik itu makanan dari luar maupun masakan tradisional.[[10]](#footnote-10) Perkembangan usaha waralaba makanan di dalam negeri tak kalah ramai dengan bisnis makanan dari luar negeri sebagai perumpamaan bisnis yang mengusung menu yang menyajikan masakan dari ayam dan makanan tradisional atau timur tengah.[[11]](#footnote-11) Salah satu waralaba yang berkembang pesat dan masih sangat menguntungkan di bidang makanan antara lain Wong Solo, Sopo Oriental, CFC, Hop Hop, Red Crispy, Papa Ron, dan masih banyak merek lainnya.[[12]](#footnote-12)

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis waralaba di bidang makanan yang semakin meningkat, pada prinsipnya tidak lepas dari peran serta merek waralaba domestik. Pada sisi lain, seseorang atau pihak franchise yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha franchisor menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang merupakan suatu manfaat (finansial) baginya, ini berarti franchise sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi franchise/franchisor maupun mitra usaha penerima franchise/franchisee, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.[[13]](#footnote-13)

Pada tahun 1997 Pemerintah telah menerbitkan beberapa peraturan perundang-undangan yang dapat dijadikan sebagai landasan yuridis dalam penyelenggaraan sistem usaha waralaba di Indoensia, antara lain Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba yang telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnua ditulis PP No.42 Tahun 2007). Kemudian disusul dengan diterbitkannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, yang kemudian dicabut dan diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, sebagaimana telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 31/M-DAG/Per/8/2008 tentang penyelenggaraan Waralaba, yang kemudian dicabut dan diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012) tentang penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya ditulis Permendag No. 53/M-DAG/PER/8/2012), dan seiring dengan berkembangnya kegiatan usaha di bidang retail dengan menggunkaan sistem usaha waralaba, Pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 68/M-DAG/PER/10/2012) tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern, dan pada awal tahun 2013 Kementerian Perdagangan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Makanan Dan Minuman. Dengan demikian bahwa seiring dengan diterbitkannya beberapa peraturan perundang-undangan tersebut, memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan bisnis waralaba.[[14]](#footnote-14)

Kehadiran bisnis waralaba sebagai suatu sistem usaha mempunyai karakteristik tersendiri di dalam kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia, namun dapat juga menimbulkan permasalahan di bidang hukum, hal ini dikarenakan sistem usaha waralaba didasarkan pada suatu perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban para pihak, dalam hal ini pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang dibuat dalam bentuk perjanjian baku yang dibuat oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan diberlakukan terhadap semua calon penerima waralaba (*frachisee*) tanpa terkecuali. Oleh karena itu calon penerima waralaba (*franchisee*) hanya dapat memilih menerima atau menolak perjanjian tersebut tanpa ikut serta menentukan isi perjanjian. Sehingga diperlukan adanya upaya perlindungan hukum yang saling menguntungkan bagi para pihak, khususnya bagi UMKM selaku penerima waralaba *(franchisee)* maupun pemberi waralaba (*Franchisor*).

Hal yang terpenting dari pelaksanaan kerjasama kemitraan usaha dengan menggunakan sistem usaha waralaba (*franchise*) yang dituangkan dalam perjanjian waralaba hendaknya dipahami oleh para pihak, baik pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchisee*), bahwa adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak yang dituangkan dalam suatu perjanjian waralaba, artinya hak dan kewajiban antara penerima waralaba (*franchisee*) dengan pemberi waralaba (*franchisor*) harus seimbang. Dengan kata lain bahwa kedudukan para pihak dalam suatu perjanjian waralaba di dalam kerangka asas kebebasan berkontrak harus tetap terpenuhi dan dilaksanakan dengan itikad baik, tanpa menimbulkan kerugian salah satu pihak.

Dalam praktek sering menjumpai bahwa dalam suatu perjanjian waralaba masih terdapat adanya beberapa klasual yang kurang menguntungkan salah satu pihak, khususnya pihak penerima waralaba (*franchisee*). Kedudukan hukum para pihak dalam suatu perjanjian waralaba di dalam kerangka asas kebebasan berkontrak tetap dipenuhi, namun dalam prakteknyam sering menjumpai bahwa dalam kontrak atau perjanjian franchise masih dirasakan berat sebelah, kurang menguntungkan bagi pihak franchisee, misalnya saja terhadap pengakhiran perjanjian (*termination agrrment*), kekuasaan untuk melakukan hal tersebut ada di tangan franchisor tanpa harus merugikan dirinya. Sangat banyak perjanjian franchise memberikan izin khusus bagi franhisor untuk mengakhiri franchise dikarenakan oleh suatu sebab (*for couse*). Juga terhadap pengakhiran perjanjian franchise, dimana jangka waktu perjanjian franchise habis dan *franchisor* tidak bersedia memperbaruhinya, bahkan mengalihkan usaha *franchise*-nya kepada pihak lain.[[15]](#footnote-15)

Dalam kondisi tersebut diatas, kedudukan penerima waralaba (*franshisee*) dalam suatu perjanjian waralaba sangat lemah atau tidak seimbang, dan tidak mempunyai kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) dengan pihak pemberi waralaba (*franchisor*). Hal ini dikarenakan sebagian besar klausal yang dituangkan dalam suatu perjanjian waralaba telah dibuat ddan ditetapkan secara sepihak oleh pemberi waralaba (*franchisor*), sehingga penerima waralaba (*franchisee*) tidak ada pilihan lain antara menerima atau menolak perjanjian waralaba tersebut. Keadaan inilah yang menimbulkan unfair business di dalam franchasing, hal ini menyangkut pula tentang keterbukaan manajemen dari perusahaan.[[16]](#footnote-16)

Berdasarkan hal tersebut diatas, bahwa salah satu aspek yang paling utama dalam hal penyelenggaraan kemitraan usaha dan penguatan UMKM di Indonesia yang dilaksanakan dengan menggunakan pola atau sistem usaha waralaba, maka perjanjian waralaba, khususnya perjanjian waralaba domestik di bidang makanan perlu mendapat perhatian dan pengkajian lebih lanjut.

# **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti mengidentifikasikan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kedudukan hukum perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam KUHP Perdata jo. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba?
2. Bagaimanakah penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah jo. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba?
3. Bagaimanakah kendala yang ditimbulkan dalam proses penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan UMKM di Indonesia serta bagaimana solusinya?

# **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu menguji dan mengkaji data sekunder. Spesifikasi penelitian dalam penyusunan tesis ini dilakukan dengan cara deskriptif analitis yaitu menggambarkan permasalahan yang ada kemudian mengkaji dan menganalisisnya dengan menggunakan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Berkenaan dengan pendekatan yuridis normatif yang digunakan, maka penelitian yang dilakukan melalui dua tahap yaitu studi kepustakaan dan penelitian lapangan yang hanya bersifat penunjang, analisis data yang dipergunakan adalah analisis yuridis kualitatif, yaitu data yang diperoleh, baik berupa data sekunder dan data primer dianalisis dengan tanpa menggunakan rumusan statistik.

# **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

# **Kedudukan Hukum Waralaba Domestik di Bidang Makanan Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba**

Waralaba (*franchise)* merupakan sistem pemasaran barang dan atau jasa dan/atau teknologi yang didasarkan pada kerjasama tertutup (antara *franchisor* dan *franchisee*) dan terpisah baik secara hukum dan keuangan, dimana *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* serta memberikan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *franchisor.*

Suatu *franchise* pada dasarnya merupakan satu paket perjanjian yang terdiri dari beberapa jenis perjanjian yaitu perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan mengenai perjanjian yang menyangkut kerahasiaan.

Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:[[17]](#footnote-17)

1. Memiliki ciri khas usaha;
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
4. Modal diajarkan dan diaplikasikan;
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
6. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

Selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tersebut terdapat Bab II mengatur tetang Perjanian Waralaba, yang terdiri dari Pasal 4, 5, dan Pasal 6. Dalam ketentuan tersebut pada intinya menjelaskan bahwa waralaba adalah suatu bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba yang dapat terwujud dalam bentuk:

1. Hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dangan atau merek dagang tertentu.
2. Hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba (*franchisor*).

Waralaba sebagai suatu perjanjian tentunya mengacu pada ketentuan umum yang telah berlaku khususnya mengenai sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III KUH Perdata. Pengaturan hukum mengenai perjanjian secara eksplisit diatur dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menyatakan bahwa suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.[[18]](#footnote-18) Rumusan Pasal 1313 KUH Perdata tersebut telah mensyaratkan bahwa suatu perjanjian melahirkan adanya kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (pihak) kepada satu atau lebih orang (pihak) lainnya berhak atas prestasi tersebut. Dalam suatu perjanjian selalu ada dua pihak dimana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitor) dan pihak lainnya adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditor). Masing-masing pihak tersebut dapat terdiri dari satu atau lebih orang bahkan dengan berembangnya ilmu hukum, pihak tersebut dapat juga terdiri dari satu atau lebih badan hukum.

Selanjutnya mengenai rumusan perjanjian disebutkan lebih lanjut dalam Pasal 1314 KUH Perdata yang menyatakan bahwa atas prestasi yang wajib diakukan oleh debitor dalam perjanjian tersebut, debitor yang berkewajiban tersebut dapat meminta dilakukannya kontra-prestasi dari lawan pihaknya tersebut. Hal ini berarti, pada dasarnya perjanjian dapat melahirkan perikatan yang bersifat sepihak (dimana hanya satu pihak yang wajib berprestasi) dan perikatan yang bertimbal balik (dengan kedua belah pihak saling berprestasi).

Waralaba merupakan suatu perjanjian yang bertimbal balik karena, baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu. Tiap-tiap perjanjian mempunyai dasar pembentukannya. KUH Perdata mengenal 4 (empat) unsur pokok yang harus ada agar suatu perbuatan hukum dapat disebut dengan perjanjian (yang sah). Keempat unsur tersebut selanjutnya oleh ilmu hukum digolongkan ke dalam dua unsur pokok yang menyangkut subjek (pihak) yang mengadakan perjanjian (Unsur *subyektio*), dan dua unsur pokok lainnya yang berhubungan langsung dengan objek perjanjian (Unsur *subyektio*).

Unsur subyektif mencakup adanya unsur kesepakatan secara bebas dari para pihak yang berjanji, dan kecakapan dari para pihak yang melaksanakan perjanjian. Sedangkan unsur obyektif meliputi keberadaan obyek yang diperjanjikan, dan obyek tersebut haruslah sesuatu yang diperkenankan menurut hukum Tidak terpenuhinya salah satu unsur dari keempat unsur tersebut menyebabkan cacat dalam perjanjian, dan perjanjian tersebut diancam dengan kebatalan, baik dalam bentuk dapat dibatalkan (jika terdapat pelanggaran terhadap unsur subyektif), maupun batal demi hukum (dalam hal tidak terpenuhinya unsur subyektif). Syaraf subyektif sahnya perjanjian, digantungkan 2 (dua) macam keadaan:[[19]](#footnote-19)

* + 1. Terjadinya kesepakatan secara bebas di antara para pihak yang mengadakan atau melangsungkan perjanjian;
		2. Adanya kecakapan dari pihak-pihak yang berjanji.

Berdasarkan Pasal 1328 ayat (2) KUH Perdata menyatakan bahwa suatu penipuan tidaklah boleh dipersangkakan melainkan harus dibuktikan. Dalam hal yang demikian maka pihak yang merasa ditipu harus dapat membuktikan bahwa penipuan yang dilakukan tersebut adalah sedemikian rupa sehingga jika penipuan tersebut tidak ada, pihak yang ditipu tersebut jelas tidak akan mungkin menyetujui terbentuknya perjanjian tersebut. Untuk itulah maka diperlukan prinsip terhadap keterbukaan dan kehati-hatian baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba dalam mempersipkan mempelajari suatu perjanjian waralaba dengan baik sebelum mereka menandatanganinya.

Adanya kecakapan untuk bertindak merupakan syarat subyekti kedua terbentuknya perjanjian yang sah di antara para pihak. Kecakapan ini dalam ilmu hukum dapat dibedakan lagi ke dalam:

* 1. Kecakapan dalam rangka tindakan pribadi orang-perorangan (Pasal 1329) sampai dengan Pasal 1331 KUH Perdata.

Berkaitan dengan kecakapan, KUHPerdata telah mengatur bahwa pada prinsipnya semua orang dianggap cakap untuk melakukan tindakan, kecuali mereka yang masih berada dibawah umur, yang berada di bawah pengampunan dan mereka dinyatakan pailit (Pasal 1330 Kitab Undang Undang Hukum Perdata). Ketentuan selanjutnya mengenai kedewasaan dan pengampuan dapat kita lihat dari ketentuan yang berlaku umum dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, maupun peratura perundang-undangan lainnya yang berlaku, dalam lapagan hukum perorangan.

* 1. Kecakapan dalam hubungan dengan pemberian kuasa

Dalam hal ini yang harus diperhatikan adalah kecakapan bertindak dalam hukum, tidak hanya dari pihak yang memberi kuasa, melainkan juga dari pihak yang menerima kuasa secara Bersama-sama. Khusus untuk orang-perorangan, maka berlakukalah persyaratan yang ditentukan dalam KUH Perdata dan ketentuan hukum perorangan yang berlaku, sebagaimana disebutkan di atas.

* 1. Kecakapan dalam hubungannya dengan sifat perwalian

Dalam hal perwalian (dan atau pengampunan), makah harus diperhatikan kewenangan bertindak yang diberikan oleh hukum, peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta keputusan-keputusan hukum tertentu yang berlaku, serta keputusan-keputusan hukum tertentu yang berlaku, serta keputusan-keputusan hukum tertentu yang berlaku secara khusus untuk tiap-tiap tindakan tertentu. Dalam hal perwakilan, maka harus diperhatikan ketentuan yang diatur dalam Anggaran Dasar dari suatu perkumpulan, perusahaan, perserikatan, persatuan, yayasan atau badan-badan dan lembaga yang diwakilinya, serta tidak lupa juga berbagai aturan hukum yang berlaku bagi perkumpulan, perusahaan, perserikatan, persatuan, yayasan, badan-badan dan lembaga tersebut.[[20]](#footnote-20)

Suatu paket *franchise* pada dasarnya merupakan satu paket terdiri dari beberapa jenis perjanjian. Perjanjian yang dimaksud biasanya terdiri dari perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan mengenai perjanjian yang menyangkut kerahasiaan. *Franchise* merupakan kerjasama dan secara teknis dapat dipahami sebagai suatu metode perluasan pasar yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang dianggap sukses, dan berkehendak meluaskan distribusi barang atau jasa melalui unit-unit bisnis eceran yang dijalankan oleh pengusaha-pengusaha independen dengan menggunakan mereka dagang atau merek jasa, tenik pemasaran dan berada di bawah pengawasan dari perusahaan yang hendak meluaskan pasarnya dengan imbalan pembayaran *fees* dan *royalties.*

Para pihak yang bersepakat dalam suatu transaksi *franchise* selain mempermasalahkan persoalan-persoalan yuridis, juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu adanya jaminan bahwa baik *franchisor* maupun *franchisee* adalah pihak-pihak yang secara bisnis dapat diandalkan kerjasamanya, kemampuan manajerialnya dan bonafiditasnya untuk Bersama-sama membangun kerjasama bisnis.

Tuntutan-tuntutan di atas sebenarnya menjadi ukuran dalam menentukan unsur-unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang pada akhirnya dituangkan di dalam klausula-klausula suatu perjanjian *franchise.* Karena itu perjanjian *franchise* harus disusun dengan sangat cermat agar kerjasama bisnis yang dijalankan menguntungkan kedua belah pihak secara seimbang. Martin Mendelson menyatakan bahwa:[[21]](#footnote-21)

“…prinsip-prinsip fundamental harus tetap ada sebagaimana halnya dengan semua transaksi *franchisee* sekali lagi penting untuk menekankan bahwa dalam menyusun pengaturan tersebut ciri-ciri fundamental, karakteristik serta syarat-syarat suatu transaksi *franchise* harus tetap dijaga. Sekali keutuhan konsep dan sistem yang telah di di-*franchise-*kan dirusak maka masa depan pengembangan *franchise* penuh resiko.”

Dari sudut pandang yang terkandung dalam suatu perjanjian *franchise* yang umumnya terdiri dari pasal-pasal, jika dilakukan suatu identifikasi terhadap pokok-pokok materi yang terpenting di dalam perjanjian tersebut, maka terdapat klausula-klausula utama yaitu:

* 1. Objek yang di-*franchise-*kan

Objek yang di-*franchise-*kan biasanya dikemukakan di awal perjanjian *franchising*. Objek yang di-*franchise-*kan harus menjelaskan secara cermat mengenai barang/jasa apa yang termasuk dalam *franchise.*

* 1. Tempat Berbisnis

Tempat berbisnis dan penampilan yang baik dan membawa ciri *franchisor* dibutuhkan dalam usaha *franchise.* Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis harus diperhatikan dengan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang layak. Bagian ini memuat persyaratan tempat berbisnis yang layak untuk memasarkan barang/jasa milik *franchisor. Franchisor* biasanya turut menentukan dan atau memberikan persetujuan kepada *franchisee* mengenai tempat yang akan dipakai dalam menjalankan bisnis.

* 1. Wilayah *Franchise*

Bagian ini meliputi pemberian wilayah oleh *franchisor* kepada *franchisee,* dimana dalam pertimbangan pemberian wilayah ini harus didasarkan pada strategi pemasaran. Idealnya wilayah yang diberikan merupakan wilayah yang tidak terlampau luas ataupun terlampau sempit, sehingga dapat dieksploitasi secara maksimal. Pemberian wilayah ini didasarkan agar pemberian suatu wilayah tertentu dapat menjamin tidak ada persaingan usaha sejenis baik yang dilakukan oleh sesamaq jenis *franchisee* ataupun oleh *franchisor* sendiri.

* 1. Sewa Guna

Sewa guna ini dilakukan apabila lokasi usaha *franchise* didapat dengan suatu sewa. Jangka waktu sewa ini paling tidak harus sama dengan jangka waktu berlakunya perjanjian *franchise.* Seringkali *franchise* menggunakan tempat untuk berbisnis yang buka miliknya, ia menyewa suatu tempat untuk melakukan activitas *franchise*. Dalam hal tempat tersebut diperoleh berdasarkan perjanjian sewa menyewa maka secara bijaksana lamanya waktu menyewa tempat tidak lebih singkat dibandingkan dengan jangka waktu perjanjian *franchise.* Contoh: *A (Franchisor)* dan B (*franchisee*) sepakat melakukan kerjasama bisnis dengan pola *franchise.* Jangka waktu perjanjian yang disepakati adalah 5 (lima) tahun. B memilih tempat di jalan x untuk tempat melakukan aktvitasnya dengan cara menyewa, maka perjanjian sewa menyewa waktu yang dilakukan oleh B disepakati untuk jangka waktu yang lebih dari 5 (lima) tahun.

Selain masalah jangka waktu, *franchisee* harus memperhatikan pula campur tangan *franchisor* dalam menetapkan perjanjian sewa menyewa antara *franchisee* dengan pihak ketiga. Apalagi bila ternyata hal-hal yang harus disewa oleh *franchisee* ternyata masih berasal dari *franchisor*. Masalah sewa guna ini harus dicermati dengan seksama oleh *franchisee* agar hal tersebut tidak memberatkan dalam pelaksanannya.

* 1. Pelatihan dan Bantuan Teknik dari *franchisor*

Pelatihan merupakan hal mutlak yang harus dijalankan oleh calon *franchisee* ataupun para *franchisee. Franchisor* merasa bahwa pelatihan terutama untuk tahap awal merupakan hal yang terpenting, *franchisor* harus mendapat kepastian bahwa para *franchisee* beserta staf mereka telah mendapatkan pelatihan yang baik. Pelatihan dan bantuan teknik merupakan hal yang penting karena suatu bisnis dengan pola *franchise* mengandalkan kualitas produk baik barang/jasa dan kualitas pelayanan yang baik dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas yang baik hanya dapat diperoleh dengan cara pemberian pelatihan yang baik, mantap, berkualitas, serta pemberian bantuan teknik yang diberikan secara berkala oleh *franchisor* kepada *franchisee. Franchisee* harus menilai kelayakan dari pelatihan serta bantuan teknik yang diberikan oleh *franchisor* kepadanya. Kelayakan ini penting karena sangat berguna bagi *franchise* didalam menjalankan bisnisnya, karena apabila *franchise* tidak mendapatkan bantuan teknik serta pelatihan yang cukup maka akan mendapat kesulitan di dalam menjalankan roda bisnisnya.

* 1. Standar Operasional

Standar operasional yang diterapkan dalam *franchise* biasanya terlampir dalam buku petunjuk/*operation manuals.* Petunjuk tersebut mengandung metode, dalam bentuk tertulis yang lengkap untuk menjalankan bisnis *franchise.* Menurut Martin Mendelsohn buku pedoman yang berisikan standar bisnis ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu:[[22]](#footnote-22)

1. Pendahuluan yang mengutamakan uraian pendahuluan yang menguraikan hakikat dasar dari sistem kerja serta falsafah bisnis jasa personal yang mendasarinya;
2. Sistem operasional yang menguraikan bagaimana sistem operasi dibentuk, dan bagaimana serta mengapa berbagai unsur-unsur pokok saling bersesuaian.
3. Metode operasional yang mendetail menguraikan mengenai perlengkapan apa yang diperlukan, apa fungsinya, dan bagaimana mengoperasikannya.
4. Serta instruksi pengoperasian.

Standar operasional yang telah ditetapkan oleh *franchisor* akan berguna untuk membantu pihak *franchise* di dalam pelaksanaan operasional bisnis *franchise.*

* 1. Pertimbangan-pertimbangan Keuangan
	2. Klausula-Klausula Kerahasiaan
	3. Klausula-Klausula Yang Membatasi Persaingan
	4. Pertanggung Jawab
	5. Pengiklanan dan strategi pemasaran
	6. Penetapan Harga dan Pembelian-Pembelian
	7. Status Badan Usaha/Perusahaan
	8. Hak Untuk Menggunakan Nama Dan Merek Dagang.
	9. Masa Berlaku dan Kemungkinan Pembaharuan/Perpanjangan Perjanjian.
	10. Pengakhiran Perjanjian

Berdasarkan uraian mengenai perjanjian waralaba di atas, dapat diketahui bahwa kedudukan hukum perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam Hukum Perjanjian di Indonesia yaitu sebagai perjanjian baku atau *standard contract*. Adapun mengenai pengertian *standard contract* adalah perjanjian yang dipakai sebagai patokan atau pedoman bagi siapapun yang menutup perjanjian dengannya tanpa kecuali, dan disusun terlebih dahulu secara sepihak serta dibangun oleh syarat-syarat standar, ditawarkan pada pihak lain untuk disetujui dengan hampir tidak ada kebebasan bagi pihak yang diberi penawaran untuk melakukan negosiasi atas apa yang ditawarkan, sedangkan hal yang dibakukan, biasanya meliputi model, rumusan, dan ukuran.

Definisi dari kontrak standar itu sendiri adalah kontrak tertulis yang dibuat hanya oleh salah satu pihak dan di dalam kontrak tersebut sudah tercetak dalam bentuk formulir-formulir tertentu oleh salah satu pihak, yang dalam hal ini ketika kontrak tersebut ditandatangani umumnya para pihak hanya mengisikan data-data informative tersebut saja dengan sedikit atau tanpa perubahan pada klausula-klausulanya, dimana pihak lain dalam kontrak tersebut tidak mempunyai kesempatan atau hanya memiliki sedikit kesempatan guna menegosiasi maupun mengubah klausula-klausula yang sudah dibuat oleh salah satu pihak tersebut. Sehingga sangat berat sebelah. Pihak yang disodorkan kontrak baku tersebut tidak mempunyai kesempatan untuk bernegosiasi dan berada hanya pada posisi “take it or leave it”.

Berkaitan dengan perjanjian baku, Mariam Darus Badrulzaman berpendapat bahwa ciri perjanjian baku ialah:[[23]](#footnote-23)

1. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh pihak yang posisi (ekonominya) kuat.
2. Masyarakat (debitur) sama sekali tidak ikut bersama-sama menentukan isi perjanjian
3. Terdororng oleh kebutuhannya debitur terpakasa menerima perjanjian itu
4. Bentuk tertentu (tertulis)
5. Dipersiapkan secara missal dan kolektif.

Berdasarkan beberapa ciri mengenai perjanjian baku tersebut, maka perjanjian waralaba merupakan suatu bentuk perjanjian baku karena dalam pembuatannya draft perjanjian dibuat secara tertulis dan sepihak yaitu oleh *franchisor* (pemberi *franchise*).

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyatakan bahwa waralaba diselengarakan dalam perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Kontrak tersebut disusun dengan memperhatikan asas kebebasan berkontrak yang sebagai mana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Dalam pelaksanannya, penggunaan asas kebebasan berkontrak harus memperhatikan persyaratan yang disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdata yaitu tentang syarat sah suatu perjanjian. Dengan adanya ketentuan tersebut, maka semua orang berhak membuat segala macam kontrak asalkan tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum, serta kontrak tersebut harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Salah satu penyebab timbulnya permasalahan dalam perjanjian *franchise* adalah adanya *standard contract,* walaupunsecara yuridis dalam pembuatan perjanjian *franchise* masih berlaku asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam KUHPerdata, maka dalam hal ini negara memberi pembatasan yakni pemberlakuan asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdata. Adpun pemberlakuan asas itikad baik dalam pembentukan perjanjian *franchise* bertujuan sebagai usaha perlindungan hukum terhadap para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba, khususnya pihak *franchisee* yang kedudukannya lebih lemah dari *franchisor*.

Kedudukan pihak *franchisee* memang lebih lemah dibandingkan dengan pihak *franchisor*. Karena *franchisee* hanya menjalankan bisnis dari *franchisor* serta mengembangkan bisnisnya di daerah atau di tempat lain. Oleh sebab itu pihak *franchisee* dalam menjalankan bisnisnya harus tunduk dengan isi perjanjian standart contract yang dibuat *franchisor*, karena pihak *franchisee* merasa tidak mempunyai hak dalam menentukan isi dari perjanjian yang dibuat oleh kedua pihak tersebut, hal ini menyebabkan perlindungan hukum serta kewajiban dan hak bagi *franchisee* dalam pelaksanaan perjanjian bisnis *franchise* dengan pihak *franchisor* sering kali tidak seimbang.

# **Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Waralaba Domestik di Bidang Makanan Dalam Rangka Penguatan UMKM**

Di Indonesia istilah waralaba mulai disebut sejak diundangkannya Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang didalam Pasal 27 mengatur bahwa kemitraan usaha dilaksanakan dengan pola: inti plasma, sub-kontrak, dagang, umum, waralaba, keagenan dan dalam bentuk lain. Untuk menindaklanjuti ketentuan tersebut, maka Pemerintah mengeluarkan PP No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang diikuti dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/KEP/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dalam Peraturan perundang-undangan tersebut ditegaskan bahwa waralaba merupakan perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Selain memberikan keuntungan kepada pemberi waralaba maupun penerima waralaba, majunya kegiatan bisnis waralaba juga digunakan sebagai strategi pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Bisnis waralaba melalui penumbuhan UMKM mempunyai peranan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah yang pada akhirnya dapat berdampak kepada perekonomian suatu negara.

Pemerintah Indonesia telah memilih waralaba sebagai strategi kebijakan untuk mengembangkan UMKM. Hal ini dikarenakan dalam waralaba UMKM akan mendapatkan bimbingan mengakses permodalan, bimbingan dan pelatihan manajemen produksi, keuangan, dan sumberdaya manusia, akuntansi, promosi, dan pemasaran, yang selama ini menjadi kelemahan UMKM. Pengembangan usaha dengan sistem waralab di Indonesia saat ini dan masa mendatang mempunyai prospek yang sangat baik dan semakin pesat kemajuannya.

UMKM mempunyai peranan yang strategis dalam perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah senantiasa berusaha untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya UMKM. Salah satu yang dilakukan yakni dengan mengembangkan pola kemitraan. Salah satu bentuk pola kemitraan yang dipandang potensial untuk meningkatkan kemajuan UMKM adalah waralaba (Pasal 27 UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang kemudian diatur dalam Pasal 26 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Pola kemitraan UKM juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.

Untuk mengembangkan waralaba asli Indonesia, Kementerian Perdagangan terus berupaya mendampingi dan mendorong pemilik *business opportunity* (BO), sehingga mampu menerapkan sistem waralaba dalam menjalankan bisnis. Program pendampingan yang telah dijalankan Kemendag sejak 2012 ini terbukti menghasil mendorong tumbuhnya usaha waralaba asli Indonesia. Program pendampingan yang dilakukan Kemendag ini, dilakukan bersama-sama dengan asosiasi waralaba yakni Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (Wali) serta Asosiasi Franchise Indonesia (AFI).

Selama proses pendampingan ini, setiap BO yang kita dorong untuk mengembangkan bisnisnya menjadi sistem waralaba, harus memenuhi enam ketentuan dasar sehingga bisa dijalankan dengan sistem waralaba di Indonesia. Keenam kriteria yang dimaksud tersebut adalah pertama, BO yang akan dikembangkan menjadi waralaba, usahanya telah beroperasi selama minimal lima tahun. Kedua, memiliki laporan keuangan aktifitas bisnis dan usaha. Ketiga, usaha yang telah berjalan tersebut berada di posisi untung. Keempat, usaha yang dijalankan punya cirri khas dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham. Kelima, aktifitas usaha telah berstandar dengan standar operational procedure yang tercatat. Keenam, pemilik usaha mau merangkul dan membimbing calon pembeli waralaba untuk sama-sama berkembang.

Melihat perkembangan bisnis waralaba saat ini, salah satu bisnis yang banyak ditawarkan menggunakan pola kemitraan waralaba adalah bisnis bidang makanan. Jika dulu *franchisor* asing mendominasi perkembangan bisnis waralaba (*franchise*) makanan di negara kita, sekarang sudah banyak oengusaha lokal yang mewaralabakan bisnis mereka untuk memperluas jangkauan pasar.[[24]](#footnote-24)

Waralaba di bidang makanan adalah bisnis yang paling menjanjikan dari sekian banyak bisnis *franchise* di indonesia. Hampir 70% franchise di Indonesia adalah waralaba makanan. Makanan dan minuman (*food and Beverage*) menjanjikan keuntungan yang cukup besar. Berkembanganya waralaba makanan tak lepas dari kebiasaan orang kita yang suka atau minat akan makanan tertentu baik itu makanan dari luar maupun masakan tradisional.[[25]](#footnote-25) Perkembangan usaha waralaba makanan di dalam negeri tak kalah ramai dengan bisnis makanan dari luar negeri sebagai perumpamaan bisnis yang mengusung menu yang menyajikan masakan dari ayam dan makanan tradisional atau timur tengah.[[26]](#footnote-26) Salah satu waralaba yang berkembang pesat dan masih sangat menguntungkan di bidang makanan antara lain Wong Solo, Sopo Oriental, CFC, Hop Hop, Red Crispy, Papa Ron, dan masih banyak merek lainnya.[[27]](#footnote-27)

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis waralaba di bidang makanan yang semakin meningkat, pada prinsipnya tidak lepas dari peran serta merek waralaba domestik. Pada sisi lain, seseorang atau pihak franchise yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha franchisor menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang merupakan suatu manfaat (finansial) baginya, ini berarti franchise sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi franchise/franchisor maupun mitra usaha penerima franchise/franchisee, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.[[28]](#footnote-28)

Secraa yuridis Perjanjian Waralaba (*franchise*) di bidang makanan merupakan salah satu bentuk perjanjian baku, yang dibuat oleh *franchisor* dan diberlakukan terhadap semua *franchise* tanpa kecuali. Perjanjian baku harus ditandatangani oleh *franchisor* dan *franchisee* untuk mengawali kerjasama antara keduanya. Perjanjian *franchise*, adalah sarana yang menentukan bagaimana sebuah bisnis dilakukan secara bersama-sama dengan baik atau justru merupakan awal kegagalan bisnis *franchise* jika kontraknya dibuat tidak sesuai dengan ketentuan. Dalam kontrak *franchise* inilah diatur mengenai hak dan kewajiban untuk *franchisor* dan *franchisee* yang memenuhi standar minimal.

Penyataan di atas sejalan dengan pendapat Siti Malikhatun Badriyah yang menyatakan bahwa perjanjian waralaba pada umumnya dibuat dalam bentuk baku yaitu suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh pihak pemberi waralaba dimana klausula-klausula yang terkandung didalamnya telah ditentukan oleh pihak pemberi waralaba yang lebih menekankan kepada kewajiban pihak penerima waralaba daripada haknya. Sebaliknya lebih menekankan kepada hak pemberi waralaba daripada kewajibannya.[[29]](#footnote-29)

Perjanjian bentuk baku seperti ini dalam perkembangannya memang tidak dapat dihindari karena dibutuhkan oleh masyarakat untuk efisiensi baik dari segi waktu, tenaga maupun biaya. Adanya asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata, memungkinkan para pihak untuk menentukan sendiri bentuk dan isi perjanjian termasuk apabila menghendaki bentuk perjanjian baku. Namun demikian, perjanjian waralaba dengan sifat bakunya dalam praktek seringkali tidak sejalan dengan asas kebebasan berkontrak maupun asas-asas perjanjian lainnya yang seharusnya menjadi landasan dalam setiap tahapan perjanjian yang dibuat oleh para pihak baik dalam tahan pra kontraktual, kontraktual maupun pasca kontraktual.

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang termasuk dalam perjanjian lisensi khusus. Hal ini karena adanya kewenangan dari pihak pemberi waralaba terhadap bisnis yang dilisensikan kepada pihak penerima waralaba sehingga ada pemberian pelatihan (*training*), managemen dan penggunanaan merek dagang yang menjadi sandaran utama dalam perjanjian waralaba. Namun demikian, pihak penerima waralaba tidak dapat menolak meskipun seringkali mendapat kewajiban-kewajiban yang sesungguhnya tidak diperlukan seperti pengaturan tentang penentuan wilayah bisnis yang seharusnya diatur secara khusus dalam perjanjian tetapi justru tidak dicantumkan secara tegas sehingga memungkinkan terciptanya paktik bisnis usaha tidak sehat.

Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antar para pihak yang disebabkan adanya perbedaan posisi tawar. Belum adanya aturan khusus yang mengatur tentang hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba semakin menyudutkan posisi penerima waralaba, walaupun pemerintah telah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang mana bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat (pelaku usaha) ketika hendak melaksanakan perjanjian waralaba (*franchise*). Hal tersebut dikarenakan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 diatur mengenai ketentuan hukum mengenai perjanjian waralaba, kewajiban pemberi waralaba, pendaftaran waralaba, pembinaan dan pengawasan serta ketentuan mengenai pemberian sanksi administratif. Kemudian berdasarkan hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerdata menegaskan bahwa mengenai hukum perjanjian apapun jenis dan bentuknya termasuk dalam hal ini perjanjian waralaba harus didasarkan pada asas-asas hukum perjanjian yaitu asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak dan asas *pacta sunt servanda*. Berangkat dari hal tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan UMKM, menurut penulis masih belum dapat diterapkan. Mengingat dalam perjanjian waralaba (*franchise*), kedudukan penerima waralaba (*franchisee*) secara faktual mereka hanyalah orang yang membutuhkan *brand images* dan sistem pengelolaan usaha, khususnya dalam hal ini usaha dalam bidang makanan. Seperti halnya dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Bisnis Ayam Bakar Wong Solo.

Dalam perjanjian waralaba Wong Solo terdapat dua cara sistem waralaba yaitu, waralaba lepas dan waralaba murni.[[30]](#footnote-30) Waralaba lepas adalah sistem kerja sama di mana investor atau pihak *franchisee* tidak perlu memiliki bakat dan keterampilan dalam bidang kerumahmakanan, maka semua pekerjaan dari awal sampai pengoperasionalan diserahkan sepenuhnya kepada pihak *franchisor* dan cara ini cocok bagi orang yang memiliki modal tetapi tidak mempunyai ketrampilan dan tidak punya waktu untuk menjalankan rumah makan.[[31]](#footnote-31) Kedua adalah waralaba murni, yaitu seorang penerima waralaba atau yang ditunjuk adalah sekaligus seorang pemilik atau pengelola yang berhak mengoperasikan suatu outlet tertentu, untuk kurun waktu selama lima sampai sepuluh tahun. Hak waralaba tersebut mencakup penggunaan merek dagang Wong Solo, desain dan dekorasi rumah makan, merek dan peralatan serta pola penempatannya, resep dan jenis makanan, penggunaan dan metode operasional Wong Solo, sistem *inventory control*, pembukuan, akuntansi dan pemasaran serta hak untuk menempati dan mengisi ruangan rumah makan.[[32]](#footnote-32) Oleh karena itu untuk menjadi bagian dari komunitas pemilik waralaba Wong Solo atau dengan kata lain bagi siapa saja yang ingin membeli atau menjadi investor, maka Wong Solo menerapkan sistem pendaftaran dengan cara menyampaikan surat aplikasi, ini bukan berarti orang itu terikat dalam cara apapun dengan Wong Solo, hal ini merupakan semata-mata langkah pertama dalam proses yang dirancang untuk menjamin bahwa para pihak dengan kesadaran dan bebas serta senang hati ingin bekerja sama dan mengikatkan dirinya di dalam perjanjian Wong Solo.

Sebenarnya kontrak baku itu sendiri tidak begitu menjadi persoalan secara hukum, mengingat kontrak baku sudah menjadi kebutuhan dalam praktek dan menjadi kebiasaan sehari-hari. Yang menjadi persoalan adalah ketika kontrak baku tersebut mengandung unsur yang tidak adil bagi salah satu pihak, sehingga apabila hal yang demikian dibenarkan oleh hukum sangat menyentuh rasa keadilan dalam masyarakat.

Pada penerapannya sehari-hari dalam pembuatan kontrak baku sangat minim menerapkan asaa kebebasan berkontrak. Padahal asa kebebasan berkontrak mengandung makna bahwa masyarakat mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian sesuai dengan kepentingan masing-masing. Kebebasan tersebut meliputi:

1. kebebasan para pihak untuk memutuskan apakah akan membuat perjanjian atau tidak
2. kebebasan untuk memilih dengan siapa akan membuatsuatu perjanjian
3. kebebasan untuk menentukan bentuk perjanjian
4. kebebasan untuk menentukan isi perjanjian
5. kebebasan untuk menentukan cara pembuatan perjanjian

Pada dasarnya asas kebebasan berkontrak mengutamakan kebebasan dan kesederajatan tiap manusia. Munculnya revolusi industri telah melahirkan perusahaan-perusahaan raksasa yang memegang monopolidalam segala bidang. Dalam melakukan kegiatannya mereka menggunakan kontrak baku yang tidak menjadi kebebasan dan kesederajatan individu. Akibatnya asas kebebasan berkontrak yang menjadi cermin dari kebebasan dan kesedarajatan individu kurang atau bahkan tidak digunakan lagi dalam hukum perjanjian.

Namun seiring dengan berkembangnya paham *Welfare State* menyebabkan semakin besarnya keikutsertaan negara dalam mengatur dan mengelola berbagai lapangan kehidupan masyarakat. Muncullah berbagai peraturan yang dikeluarkan oleh negara, misalnya tentang perlindungan terhadap buruh yang wajib dimasukkan dalam perjanjian. Gejala ini justru juga mengakibatkan asas kebebasan berkontrak kurang atau bahkan tidak dapat diwujudkan walapun perjanjian tersebut terjadi antar individu.

Adanya klausul eksenorasi dalam kontrak baku semakin menunjukan ketidakbebasan dan ketidak sederajatan para pihak dalam menentukan pemikul resiko, karena klausul eksenorasi disadari atau tidak wajib ditaati oleh debitur. Jadi pada intinya makna dari asas kebebasan berkontrak harus dihindarkan dari makna bebasnya para pihak untuk membentuk hukumnya sendiri. Para pihak sama sekali tidak mempunyai kemampuan untuk membuat Undang-undang bagi mereka. Mereka hanya diberi kebebasan untuk memilih hukumnya, hukum mana yang hendak digunakan sebagai dasar dari kontrak yang dibuat.

Penggunaan kontrak baku menyebabkan asas kebebasan berkontrak kurang atau bahkan tidak diwujudkan, misalnya:

1. kebebasan para pihak untuk menentukan bentuk perjanjian, karena perjanjian selalu berbentuk tertulis
2. kebebasan para pihak untuk menentukan isi perjanjian, karena dalam perjanjian standart sepihak, timbal balik, maupun berpola, isi perjanjian sudah ditetapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak, organisasi ataupun ahli
3. kebebasan para pihak untuk menentukan bentuk perjanjian, karena cara pembuatannya sudah ditetapkan oleh pihak, organisasi atau para ahli.

Sementara itu kebebasan-kebebasan yang masih dapat diwujudkan dalam implementasi Asas Kebebasan Berkontrak ini adalah:

1. kebebasan untuk memutuskan apakah ia akan membuat perjanjian atau tidak
2. kebebasan untuk memilih dengan siapa akan membuat suatu perjanjian

Namun apabila memperhatikan ketentuan sistem waralaba Ayam Bakar Wong Solo tersebut, sudah jelas sekali secara fakta di lapangan mengenai penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan UMKM tidak dapat diterapkan. Walaupun secara yuridis sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, bahwa ketentuan mengenai pembentukan perjanjian waralaba (*franchise*) harus memperhatikan asas kebebasan berkontrak.

# **Kendala Yang Ditimbulkan Dalam Proses Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Waralaba Domestik di Bidang Makanan Dalam Rangka Penguatan Umkm di Indonesia Serta Solusinya**

Memperhatikan problematika yang timbul akibat penerapan asas kebebasan berkontak dalam kontrak baku yang tidak disertai dengan adanya keseimbangan kedudukan pelaku usaha dengan konsumen, sehingga terjadi ekploitasi pihak yang kuat (pelaku usaha) terhadap pihak yang lemah (konsumen), maka negara berkewajiban melakukan pembatasan terhadap penerapan asas kebebasan berkontrak.[[33]](#footnote-33)

Walaupun perjanjian antara satu pihak dengan pihak yang lain tersebut bersifat privat atau perdata, artinya hanya mengikat kedua belah pihak. Karena itu pihak lain tidak mempunyai hak untuk ikut campur dalam perjanjian tersebut, tidak juga Negara. Negara hanya bisa melakukan intervensi dalam hubungan perdata apabila salah satu pihak yang melakukan hubungan perdata dalam posisi yang lemah. Negara mempunyai tugas untuk melindungi pihak yang lemah tersebut agar mempunyai posisi yang kuat, misalnya perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, materi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum dan kesusilaan, dan perjanjian tidak boleh timbul akibat adanya paksaan, kekhilafan, ataupun penipuan.[[34]](#footnote-34)

Sebagaimana telah diutarakan sebelumnya bahwa perjanjian waralaba domestik di bidang makanan mencerminkan asas kebebasan berkontrak karena para pihak bebas menentukan apakah akan membuat perikatan atau tidak dan bebas untuk menentukan dengan siapa akan membuat perikatan. Akan tetapi terdapat pembatasan kebebasan terhadap penerima waralaba yaitu dalam hal pembuatan perjanjian waralaba dengan klausul baku atau standar, pembatasan dalam membuat isi perjanjian, bentuk perjanjian dan cara pembuatan perjanjian tersebut.

Sedangkan pembatasan terhadap pihak pemberi waralaba selaku kreditur tidak menyangkut kebebasan dalam hal-hal yang disebutkan di atas melainkan pembatasan terhadap penerapan klausul standar sebagaimana ketentuan Pasal 18 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu adapula pembatasan secara filosofis yaitu perjanjian harus didasarkan atas itikad baik sebagaimana diharuskan oleh Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata menentukan tentang berlakunya "asas itikad baik". Dapat dikatakan bahwa perjanjian waralaba domestik di bidang makanan tidak didasarkan atas itikad buruk para pihak terhadap satu sama lainnya.

Perjanjian waralaba domestik di bidang makanan tidak sepenuhnya menerapkan asas kebebasan berkontrak. Ketidakbebasan itu terjadi dalam hal menentukan bentuk perjanjian karena bentuk perjanjian kredit tersebut telah ditentukan secara sepihak oleh pihak pemberi waralaba, yaitu perjanjian tertulis dengan bentuk baku.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan pembatasan kebebasan berkontrak dibatasi oleh ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur syarat sahnya suatu perjanjian, Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata yang menentukan perjanjian harus didasarkan atas itikad baik, serta Pasal 18 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang melarang penggunaaan klausul tertentu yang apabila dilanggar perjanjian kredit dengan klausul baku berakibat batal demi hukum.

Bentuk upaya pembatasan asas kebebasan berkontrak akan semakain efektif jika larangan pencantuman klausula baku dibarengi dengan adanya pengawasan oleh lembaga/instansi pemerintah yang diberikan kewenangan untuk itu. Berkenaan dengan kewenangan untuk mengawasi pencantuman klausula baku, Pasal 52 huruf c UU No. 8 Tahun 1999 memberikan kewenangan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.” Demikian juga Pasal 48 UU No. 8 Tahun 1999, memberikan kesempatan kepada konsumen yang dirugikan akibat pencantuman klausula baku untuk mengajukan gugatan perdata kepada pengadilan negeri. Namun apabila dianalisis lebih lanjut, model pengawasan yang dilaksanakan melalui BPSK maupun pengadilan, memiliki kelemahan pada inisiatif untuk memeriksa muatan klausula baku tersebut yang baru dilaksanakan oleh BPSK maupun pengadilan apabila terdapat gugatan yang diajukan oleh konsumen.

Berbeda dengan yang dilaksanakan di Belanda, inisiatif untuk memeriksa persyaratan yang dimuat dalam klausula baku tidak harus menunggu adanya gugatan yang diajukan konsumen. Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang baru, dinyatakan bahwa bidang-bidang usaha yang boleh menerapkan kontrak baku harus ditentukan berdasarkan peraturan, dan kontrak tersebut baru dapat ditetapkan, diubah atau dicabut setelah mendapatkan persetujuan dari Menteri Kehakiman. Kemudian penetapan, perubahan, atau pencabutan itu baru memperoleh kekuatan hukum setelah mendapat persetujuan Raja/Ratu yang dituangkan dalam Berita Negara. Ketentuan lain menyatakan bahwa klausula baku dapat pula dibatalkan, jika pelaku usaha/penyalur produk atau kreditur mengetahui atau seharusnya mengetahui bahwa pihak konsumen tidak akan menerima perjanjian tersebut jika ia mengetahui isinya.[[35]](#footnote-35)

Di Amerika Serikat, pembatasan kewenangan pelaku usaha untuk membuat klausula eksonerasi lebih banyak diserahkan kepada inisiatif konsumen. Jika ada konsumen yang merasa dirugikan, dapat mengajukan gugatan ke pengadilan. Putusan-putusan pengadilan inilah yang kemudian dijadikan sebagai masukan perbaikan legislasi yang telah ada, termasuk sejauh mana pemerintah dapat campur tangan dalam penyusunan kontrak.[[36]](#footnote-36)

Demikian pula di Inggris, penanggulangan masalah kontraktual dilakukan melalui putusan hakim dan ketentuan perundang-undangan. Bahkan *Law commission* dalam saran mereka untuk peninjauan masalah *standard form contract,* mengemukakan beberapa factor yang harus dipertimbangkan menguji syarat-syarat baku tersebut :[[37]](#footnote-37)

1. Kemampuan daya saing *(bargaining power)* para pihak;
2. Apakah konsumen ditawarkan syarat-syarat lain dengan tingkat harga yang lebih tinggi, tapi tanpa syarat eksonerasi dalam kontrak pembeliannya;
3. Apakah pelanggaran kontrak dengan syarat pengecualian tanggung jawab, disebabkan oleh hal atau peristiwa di luar kuasa pihak (konsumen) yang melakukannya.

Faktor-faktor tersebut di atas perlu dipertimbangkan untuk menentukan apakah syarat-syarat kepatutan *(reasonableness requirement)* memang telah dipenuhi atau tidak, sehingga syarat-syarat baku tertentu dapat berlaku atau dibatalkan.

# **PENUTUP**

# **Kesimpulan**

1. Kedudukan hukum perjanjian waralaba domestik di bidang makanan yaitu sebagai perjanjian baku (*standard contract*), yang dalam pembentukannya haruslah mengacu pada ketentuan yang diatur dalam KUHPerdata dan PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang dalam pelaksanannya tidak menghilangkan hak *franchisee* dalam memberikan perjanjian tambahan (*adendum*) dalam rangka memberikan perlindungan hukum.
2. Penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan usaha mikro, kecil dan menengah dalam pelaksanaanya belum dapat diimplementasikan.
3. Kendala yang ditimbulkan dalam proses penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan dalam rangka penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia, yaitu masih terdapatnya ketidakbebasan dalam membuat perjanjian, seperti dalam menentukan bentuk dari perjanjian yang akan dibuat. Hal tersebut karena bentuk perjanjian waralaba domestik di bidang makanan tersebut telah ditentukan secara sepihak oleh pihak *franchisor.* Sehingga pihak *franchisee* tidak memiliki posisi tawar (*bargaining*).

# **Saran**

1. Perlu adanya kesadaran hukum bagi pelaku usaha (*franchisor*) dalam membuat suatu perjanjian waralaba, yakni dengan memberikan kesempatan bagi pihak penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat membuat perjanjian tambahan dalam perjanjian waralaba domestik di bidang makanan yang sedang dibuat dan akan disetujui oleh kedua belah pihak.
2. Penerapan perjanjian waralaba domestik di bidang makanan sebaiknya tidak secara mutlak pihak *franchisor* mendominasi dalam klausul-klausulnya, namun juga harus memperhatikan hak-hak bagi pihak *franchisee*, sehingga masing-masing pihak merasa nyaman. Asas kebebasan berkontrak harus tetap ada sekalipun dalam suatu kontrak standar dan konsumen sebaiknya benar-benar mencermati manakah suatu kontrak yang masih terdapat asas kebebasan berkontrak di dalamnya.
3. Terhadap pihak penerima waralaba (*franchisee*) diharapkan agar bertindak lebih teliti dalam membaca dan mencermati perjanjian waralaba domestik di bidang makanan, dan apabila kurang memahami klausul tertentu dan akibat hukum yang ditimbulkan hendaknya, pihak *franchisee* melakukan negosiasi dengan pihak *franchisor* atau pihak lain yang memahami hukum sehingga terhindar dari akibat hukum yang tidak dikehendaki oleh pihak *franchisee* itu sendiri.

# **DAFTAR PUSTAKA**

Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.

Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Grafika, Jakarta,1996,hlm.

\_\_\_\_\_\_, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*, Gramedia Pusataka Utama, Jakarta, 2011.

Dewi Gemala, *Aspek-aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah*, Kencana, Jakarta, 2004.

Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba, Raja* Grafindo Persada, Jakarta, 2001.

\_\_\_\_\_, *Lisensi atau Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta,2002.

H. Salim, Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUH Perdata, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.

Handowo Dipo, *Sukses Memperoleh Dana Usaha Dengan Tinjauan Khusus Modal Ventura*, Grafiti Press, Jakarta, 1993.

Harahap Yahya M, *Segi-Segi Hukum Perjanjian Alumni Bandung 2006.*

Marium Darus Badrul Zaman, *Kompilasi Hukum Perikatan,* Citra Aditya Bakti, 2001.

Martin Mendelsohn, *Franchising-Petunjuk Praktis Bagi Franchisor* dan *Franchasee,* Alih Bahasa oleh: Arief Suyoko, Fauzi Bustami, Hari Wahyudi, Pustaka Binaman Presindok, Jakarta, 1993.

Sentosa Sembiring, *Himpunan Peraturan Perundang-Undangan RI tentang Waralaba,* Nuansa Aulia, Bandung, 2008.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Grasindo, Jakarta, 2000.

Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009.

Wijaya Gunawan, *Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2001.

**UNDANG-UNDANG**

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

**JURNAL DAN MAKALAH**

A.Z. Nasution, *Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Pembelian Rumah Murah*, Makalah yang disampaikan dalam Seminar Sehari Pertanggung jawaban Produk dan Kontrak Bangunan.

Anang Sukandar, *Dibutuhkan Perlindungan hukum Bagi Manajemen Waralaba*, Usahawan No.II Th.XXV.

Dedi Harianto, *Asas Kebebasan Berkontrak: Problematika Penerapannya Dalam Kontrak Baku Antara Konsumen Dengan Pelaku Usaha,* Jurnal Ilmu Hukum Samudra Keadilan, Volume 11, Nomor 2, Juli-Desember 2016, Medan.

Rooseno Hadjowidigdo, *Beberapa Aspek Hukum Franchise,* Makalah dalam seminar Sehari Aspek-Aspek Hukum Tentang Francising, IKADIN Cabang Surabaya, 23 Oktober 1993.

Siti Malikhatun Badriyah, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Franchise Dengan Pemuliaan Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Makalah Disampaikan Pada Seminar Nasional Franchise Sebagai Media Investasi, Fakultas Hukum UNDIP, Semarang 17 November 2011.

1. Mahasiswa Pascasarjana Universitas Pasundan, Bandung. [↑](#footnote-ref-1)
2. Riana Pangabean, *Membangun Paradigma Baru Dalam Mengembangkan UKM*, diakses pada situs: http:/smecda.com/deputi7/file\_infokop/riana.htm., diakses pada tanggal 20 Desember 2012. [↑](#footnote-ref-2)
3. Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm.69. [↑](#footnote-ref-3)
4. Diakses pada halaman website http:/infoukm.wordpres.com pada tanggal 20 februari 2013. [↑](#footnote-ref-4)
5. Sonny Sumarsono, *op.cit*.,hlm.69-70. [↑](#footnote-ref-5)
6. Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta,2002,hlm.1. [↑](#footnote-ref-6)
7. Handowo Dipo, *Sukses Memperoleh Dana Usaha Dengan Tinjauan Khusus Modal Ventura*, Grafiti Press, Jakarta, 1993,hlm.39. [↑](#footnote-ref-7)
8. Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Grafika, Jakarta,1996,hlm,151. [↑](#footnote-ref-8)
9. Amir Karamoy, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*, Gramedia Pusataka Utama, Jakarta, 2011,hlm.31. [↑](#footnote-ref-9)
10. Taufik Hidayat, *Waralaba Makanan-Peluang Besar Franchise Makanan,* diakses pada situs: http;//konsultamwaralaba.com/waralaba-makanan-peluang-besar-franchise-makanan.htm., pada tanggal 12 februari 2013. [↑](#footnote-ref-10)
11. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-11)
12. Sonny Sumarsono, *Op.Cit*.hlm.12. [↑](#footnote-ref-12)
13. Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: waralab, Raja* Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 5. [↑](#footnote-ref-13)
14. Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm.22. [↑](#footnote-ref-14)
15. Rooseno Hadjowidigdo, *Beberapa Aspek Hukum Franchise,* Makalah dalam seminar Sehari Aspek-Aspek Hukum Tentang Francising, IKADIN Cabang Surabaya, 23 Oktober 1993,hlm.26. [↑](#footnote-ref-15)
16. Anang Sukandar, *Dibutuhkan Perlindungan hukum Bagi Manajemen Waralaba*, Usahawan No.II Th.XXV,hlm.22. [↑](#footnote-ref-16)
17. Sentosa Sembiring, *Himpunan Peraturan Perundang-Undangan RI tentang Waralaba,* Nuansa Aulia, Bandung, 2008, hlm. 134 - 135 [↑](#footnote-ref-17)
18. Wijaya Gunawan, *Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2001, hlm. 76 [↑](#footnote-ref-18)
19. Marium Darus Badrul Zaman, *Kompilasi Hukum Perikatan,* Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 73 [↑](#footnote-ref-19)
20. Harahap Yahya M, *Segi-Segi Hukum Perjanjian Alumni Bandung 2006,* hlm. 58 [↑](#footnote-ref-20)
21. Martin Mendelsohn, *Franchising-Petunjuk Praktis Bagi Franchisor* dan *Franchasee,* Alih Bahasa oleh : Arief Suyoko, Fauzi Bustami, Hari Wahyudi, Pustaka Binaman Presindok, Jakarta, 1993, hlm. 2045. [↑](#footnote-ref-21)
22. *Ibid*, hlm. 104-106. [↑](#footnote-ref-22)
23. H. Salim, Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUH Perdata, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm.146. [↑](#footnote-ref-23)
24. Diakses pada situs: <http://bisnisukm.com/cara-mewaralabakan-bisnis-makanan.html>., pada tanggal 10 Januari 2013 [↑](#footnote-ref-24)
25. Taufik Hidayat, *Waralaba Makanan Peluang Besar Franchise Makanan*, diakses pada situs: http;//konsultamwaralaba.com/waralaba-makanan-peluang-besar-franchise-makanan.htm., pada tanggal 12 februari 2013. [↑](#footnote-ref-25)
26. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-26)
27. Sonny Sumarsono, *op.cit*. hlm.12. [↑](#footnote-ref-27)
28. Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: waralab, Raja* Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 5. [↑](#footnote-ref-28)
29. Siti Malikhatun Badriyah, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Franchise Dengan Pemuliaan Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Makalah Disampaikan Pada Seminar Nasional Franchise Sebagai Media Investasi, Fakultas Hukum UNDIP, Semarang 17 November 2011, hlm. 7. [↑](#footnote-ref-29)
30. Buletin Wong Solo, *op. cit.*, hlm. 13. [↑](#footnote-ref-30)
31. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-31)
32. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-32)
33. Dedi Harianto, *Asas Kebebasan Berkontrak: Problematika Penerapannya Dalam Kontrak Baku Antara Konsumen Dengan Pelaku Usaha,* Jurnal Ilmu Hukum Samudra Keadilan, Volume 11, Nomor 2, Juli-Desember 2016, Medan, hlm. 152. [↑](#footnote-ref-33)
34. Dewi Gemala, *Aspek-aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah*, Kencana, Jakarta, 2004, hlm. 187. [↑](#footnote-ref-34)
35. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Grasindo, Jakarta, 2000, hlm.124. [↑](#footnote-ref-35)
36. *Ibid*, hlm. 125. [↑](#footnote-ref-36)
37. A.Z. Nasution, *Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Pembelian Rumah Murah*, Makalah yang disampaikan dalam Seminar Sehari Pertanggung jawaban Produk dan Kontrak Bangunan, dalam Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Op.Cit*., hlm. 122. [↑](#footnote-ref-37)