

ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB PIHAK YANG MELAKUKAN WANPRESTASI DALAM KONTRAK WARALABA (Studi Putusan Nomor 1064 K/Pdt/2020)

Rinto Borris, Urbanisasi

Universitas Tarumanagara, Indonesia

*Corresponding Author:
Rinto Borris

Abstract.

The franchise agreement is a contract that defines the obligations of the franchisor and the franchisee. The franchisee must comply with the current agreement if he accepts the franchise that has been awarded to him. The research method used is normative legal research. With a statutory approach, namely examining current laws and regulations, other relevant literature, and case studies related to the topic of legal responsibility for defaults on franchise agreements by the parties. The conclusion of this study is, in the event that one of the parties to the franchise agreement defaults, the legal liability of the franchise agreement is regulated in Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 42 of 2007 Article 16 paragraph (1) juncto Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number 53/MDAG/PER/8/2012 Articles 32 and 33.

Keywords: *Franchise Contract, Default, Liability*

PENDAHULUAN

Model bisnis waralaba ini populer di beberapa industri di Indonesia. Industri makanan, jasa, ritel, dan farmasi adalah beberapa di antaranya.¹ Pertumbuhan merek waralaba lokal sangat baik akhir-akhir ini. Hal ini adalah hasil dari inovasi terus-menerus yang dilakukan pemilik waralaba untuk bersaing dengan perusahaan lain.² Ekspansi industri waralaba berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Industri waralaba di Indonesia menghasilkan pendapatan lebih dari Rp 150 triliun pada tahun 2018 dan akan terus berlanjut. 2.000 merek dengan waralaba lokal dan internasional bertanggung jawab atas kontribusi tersebut. Salah satu industri dengan potensi masa depan tertinggi adalah waralaba.³

Pada dasarnya, waralaba adalah cara untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi Waralaba (*franchisor*), yang memberikan lisensi kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang dan jasa dengan menggunakan berbagai produk, merek dagang, dan sistem bisnis yang dibuat oleh *franchisor*, merupakan salah satu pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba. *Franchisor* juga menawarkan bantuan kepada *franchisee*, sehingga *franchisee* dapat berhasil mengoperasikan bisnis mereka.⁴

¹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, hlm.19.

² Bisnis UKM, "Waralaba, Apa Keuntungannya?", diakses dari <https://bisnisukm.com/waralaba-apa-keuntungannya.html>, diakses tanggal 30 Juni 2023.

³ Oke Finance, "Omzet Rp150 Triliun, Momentum Emas Ekspansi Bisnis Waralaba", diakses dari <https://economy.okezone.com/read/2019/04/22/320/2046337/omzet-rp150-triliunmomentum-emas-ekspansi-bisnis-waralaba?page=1>, diakses tanggal 29 Juni 2023.

⁴ H. Moch. Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008, hlm.2.

Perjanjian lisan dan tertulis yang ditandatangani oleh para pihak harus mematuhi prinsip-prinsip hukum panduan perjanjian. Kebebasan berkontrak adalah salah satu konsep yang paling krusial.⁵ Konsep ini menjadi landasan penerapan asas konsensual yang mendukung penggunaan kekuatan mengikat perjanjian. Kriteria tersebut di atas harus digunakan dalam batas-batas prinsip itikad baik dan kesusilaan, terutama pada tahap pra kontrak dan tahap kontrak.⁶ Itikad baik selain dipandang secara subyektif tidak menipu, berbohong, atau tidak jujur, itikad baik juga diakui secara obyektif, artinya perjanjian harus dilaksanakan berdasarkan syarat-syarat peraturan serta kesusilaan dan kepatutan.

Dalam perjalanan kegiatan waralaba, tentunya terdapat banyak kasus yang terjadi. Salah satunya adalah kasus yang terjadi pada Putusan Nomor 1064 K/Pdt/2020, yang mana Penggugat yaitu PT. MYSalon International telah dirugikan oleh perbuatan Ratnasari Lukitaningrum yang telah melakukan perbuatan cidera janji atau wanprestasi pada *royalty fee* dalam perjanjian waralaba. Salah satu jenis wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee* adalah kegagalan membayar *royalty fee*. Sebagai bentuk kontribusi bagi hasil dari keuntungan *franchisee*, di mana *franchisee* harus membayar royalti *fee* kepada *franchisor* atas penggunaan hak kekayaan intelektual *franchisor* dalam menjalankan perusahaan *franchisee*. Dalam putusan ini *franchisee* gagal membayar royalti kepada *franchisor* dan telah merugikan *franchisor*.⁷

Tidak akan ada masalah dengan implementasi perjanjian waralaba jika para pihak mematuhi semua aturan yang telah disepakati di dalamnya, namun terkadang salah satu pihak yang menyebabkan wanprestasi sehingga tidak terpenuhinya kewajiban dalam perjanjian waralaba. Salah satunya adalah Gagal bayar, terutama yang dilakukan oleh *franchisee*, yang dapat merugikan pemilik waralaba dan pelanggan. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka selanjutnya penulis akan membahas tentang bagaimana tanggung jawab pihak yang melakukan wanprestasi dalam kontrak waralaba pada Putusan Nomor 1064 K/Pdt/2020.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, dan berbentuk studi data yang dilakukan dengan menelaah studi perpustakaan (*librarian study*).⁸ Sedangkan data inti penelitian hanya berfungsi sebagai data pelengkap. Kajian ini menggunakan berbagai metodologi, antara lain dengan pendekatan undang-undang (*statute approach*), yaitu mengkaji ulang semua peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan hukum yang sedang diselidiki.⁹ Selain itu, juga menggunakan pendekatan kasus, yaitu dengan melihat kasus-kasus yang relevan dengan permasalahan saat ini yang telah berbentuk putusan pengadilan yang memiliki efek jangka panjang. Kasus-kasus ini mungkin terjadi di Indonesia atau di tempat lain.¹⁰

Temuan studi meliputi informasi analitis, deskriptif, dan preskriptif. Preskriptif adalah pemecahan masalah hukum yang dikemukakan dan secara etimologi berarti apa yang seharusnya, sedangkan penelitian deskriptif analitis dibatasi pada upaya mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, sehingga hanya mengungkapkan atau menggambarkan suatu kejadian atau fakta yang ada secara mendetail, sistematis, dan menyeluruh.¹¹

⁵ Priyono, E.A., "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak dalam pembuatan Perjanjian Franchise Es Teler 77 (suatu pendekatan normatif)", *Jurnal FH Undip: Masalah-Masalah Hukum*, Vol. 44, No. 2, 2015, hlm. 125

⁶ Ery Agus Priyono, "Aspek Keadilan Dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba)", *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1, 2018, hlm. 16

⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008, hlm.73

⁸ Rony Hanitiyo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Juri Metri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994, hlm. 5.

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2010, hlm. 93.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 134

¹¹ Titon Slamet Kurnia dkk, *Pendidikan Hukum, Ilmu Hukum dan Penelitian Hukum Di Indonesia: Sebuah Reorientasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, hlm. 129.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Posisi Kasus

Pada tanggal 12 September tahun 2017, PT. Mysalon International selaku Penggugat yang merupakan perseroan yang bergerak dalam bidang usaha jasa salon, telah mengajukan gugatan kepada Ratnasari Lukitaningrum, yang merupakan pihak yang tertarik untuk membuka usaha salon dengan menggunakan pola Kerjasama waralaba (*franchise*), yaitu pihak penerima waralaba dapat membuka usaha dengan menggunakan merek dagang milik Penggugat dan di lokasi yang telah disepakati Bersama. Adapun beberapa isi klausula yang penting dalam perjanjian waralaba PT. MYSalon International dengan Ratna Lukitaningrum tertanggal 25 April 2015, yaitu:

- Pasal 2.1: ruang lingkup/ lokasi usaha di Komplek Ruko Simprug Plaza Blok A3/12 Jl. Simprug Raya, Jababeka, Kel. Kertajaya, Kec. Cikarang Timur. Kab. Bekasi, Jawa Barat (selanjutnya disebut outlet MYSalon Jababeka).
- Pasal 13 ayat 1: *Fee Franchise* sebesar Rp. 77.000.000,- (tujuh puluh tujuh juta Rupiah), yang akan digunakan untuk hak pihak kedua untuk menggunakan merek dagang dan pengadaan dan pelatihan tenaga kerja yang akan bekerja di tempat usaha.
- Pasal 4.1: para pihak telah sepakat bahwa dalam perjanjian ini akan dikenakan berupa *royalty fee* sebesar 4% hingga 7% untuk pendapatan usaha mulai dari Rp. 35.000.000 hingga Rp. 70.000.000,- dan *royalty fee* akan dipotong langsung oleh pihak pertama dari pendapatan usaha pihak kedua.

Bahwa sistem usaha yang berlaku di seluruh outlet MYSalon adalah sudah menggunakan sistem online dimana terdapat aplikasi MYSalon yang mencatat setiap transaksi yang terjadi pada setiap outlet dan seluruh karyawan. Seiring berjalannya waktu sejak bulan Juni 2016 Tergugat sudah tidak lagi membayar kewajiban *royalty fee* kepada Penggugat untuk jumlah rata-rata sebesar Rp. 2.000.000,- untuk setiap bulannya. Hal ini jelas menunjukkan Tergugat telah cidera janji terkait pembayaran kewajiban *royalty fee*.

Tanggung Jawab Pihak Yang Melakukan Wanprestasi Dalam Kontrak Waralaba Pada Putusan Nomor 1064 K/Pdt/2020

Perjanjian waralaba merupakan suatu perjanjian yang tidak diatur oleh kitab undang-undang hukum perdata (KUHPerdata), karena di dalamnya terdapat perjanjian tanpa nama (*Innominat*) yang tunduk pada asas kebebasan berkontrak, yang menyatakan bahwa kedua belah pihak dalam suatu kontrak bebas membuat perjanjian dengan cara apa pun yang dipilihnya, termasuk bentuk, isi, dan cara pelaksanaannya, sepanjang tidak melanggar undang-undang, ketertiban umum, atau kesusilaan. Perjanjian Waralaba yang dibuat oleh pemberi waralaba dalam bentuk perjanjian standar berlaku untuk setiap calon penerima waralaba tanpa terkecuali. Akibatnya, calon *franchisee* tidak memiliki masukan dalam perumusan perjanjian dan hanya dapat memilih untuk menerima atau menolaknya.¹²

Setiap perjanjian waralaba harus mematuhi tiga prinsip, yaitu harus jujur dan tidak ambigu; setiap klausul harus adil; dan ketentuan perjanjian harus dapat ditegakkan sesuai dengan hukum. Persyaratan berikut harus ada dalam perjanjian waralaba, sebagai berikut:¹³

1. Perjanjian waralaba yang berbadan hukum memuat perjanjian kerjasama waralaba.
2. Semua hak, tanggung jawab, dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba diatur secara tegas dalam perjanjian kerjasama ini.
3. Sangat disarankan, bahkan wajib bagi masing-masing pihak dalam perjanjian untuk berkonsultasi dengan profesional hukum yang berkualifikasi sehingga mereka sepenuhnya memahami syarat-syarat perjanjian dan memiliki cukup waktu untuk melakukannya.

¹² Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007, hlm. 47

¹³ Ario Wibowo, "Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Antara Pemberi Dan Penerima Waralaba Dalam Praktik Pengadilan", *Jurnal Lex Privatum*, Vol. 7, No. 3, 2019, hlm. 54

Pemilik waralaba menyewakan sistem bisnisnya kepada penerima waralaba dengan sejumlah batasan, seperti tidak dapat memberikan atau menyewakan sistem bisnis waralabanya kepada individu lain, maka pemilik waralaba memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada penerima waralaba berdasarkan perjanjian waralaba. Karena kedudukan ini, pemilik waralaba bebas membuat perjanjian waralaba, menentukan syarat-syaratnya, bahkan membatalkan hubungan mitra bisnis.¹⁴

Perjanjian waralaba adalah dokumen hukum yang menjabarkan tugas pemilik waralaba, yang juga dikenal sebagai pemilik waralaba, dan penerima waralaba, yang juga dikenal sebagai penerima waralaba. Penerima waralaba harus mematuhi perjanjian saat ini jika dia menerima waralaba yang telah diberikan kepadanya. Baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba diharuskan untuk memenuhi tugasnya sesuai dengan ketentuan perjanjian waralaba yang ditandatangani. Namun pada kenyataannya pelaksanaan perjanjian waralaba seringkali menimbulkan beberapa kendala yang menyebabkan perjanjian tersebut tidak dapat terlaksana sesuai dengan rencana. Karena pengabaian atau penolakan salah satu pihak terhadap perjanjian yang dinegosiasikan, pembatasan muncul sebagai akibatnya.¹⁵

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 16 ayat (1) yang menyatakan bahwa Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai dengan kewenangannya dapat mengenakan sanksi administratif bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan, mengatur tanggung jawab hukum atas wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam Perjanjian Waralaba. Sanksi tersebut diatur lebih lanjut dalam Pasal 32 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012, yang menyatakan bahwa pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar aturan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dan 10 dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis dan denda terhadap pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba dan penerima waralaba wajib memiliki STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) dan mendaftarkan perjanjian waralaba tersebut, sesuai Pasal 9 dan Pasal 10 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/MDAG/PER/8/ 2012.

Sanksi kedua dijelaskan dalam Pasal 33 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 yang mengatur tentang upaya perlindungan hukum. Dalam pasal tersebut disebutkan bahwa pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18, 19, 21, 27, dan 30 dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis, penghentian sementara STPW, atau pencabutan STPW. Penggunaan logo waralaba diamanatkan Pasal 18 bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan STPW. Pemberi waralaba dan penerima waralaba harus menggunakan sekurang-kurangnya 80% barang dan/atau jasa produksi dalam negeri, atau kurang dengan izin Menteri dan memperhatikan rekomendasi Tim Penilai, sesuai Pasal 19 perjanjian waralaba.

Pemberi waralaba dan penerima waralaba hanya dapat menjalankan usahanya sesuai dengan pembatasan yang diatur dalam Pasal 21 ayat (1) sampai dengan ayat (3). Dalam beberapa keadaan, pemilik waralaba dan penerima waralaba dapat menawarkan item pendukung bisnis utama. (4) Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri membentuk Tim Pengawas untuk mengawasi pelaksanaan pasal ini. Kemudian, Pasal 27 menetapkan bahwa pemberi waralaba harus menginstruksikan penerima waralaba untuk mematuhi peraturan tersebut. Terakhir, Pasal 30 menetapkan bahwa pemberi waralaba dalam dan luar negeri wajib memberikan laporan kegiatan waralaba kepada Direktur Pembinaan Usaha Perdagangan Kementerian Perdagangan.

¹⁴ Satjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: PT. Alumni, 1978, hlm. 14.

¹⁵ I Made P. W. Dwiyoğa, "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba C'bezt Denpasar)", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 10, No. 9, 2022, hlm. 2151

KESIMPULAN

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 16 ayat (1) dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012, merupakan regulasi yang mengatur tanggungjawab hukum pihak yang melakukan wanprestasi dalam perjanjian waralaba. Sanksi yang dikenakan adalah berupa sanksi administratif, yaitu peringatan tertulis, pemberhentian sementara STPW, maupun pencabutan STPW. Adapun dalam putusan nomor 1064 K/Pdt/2020, di mana tergugat telah melakukan wanprestasi terhadap *royalty fee*, yang merupakan tanggung jawab yang dibebankan kepada penerima waralaba menurut ketentuan perjanjian waralaba adalah membayar biaya royalti sebagai imbalan atas penggunaan HKI pemberi waralaba untuk menjalankan bisnis waralaba. Mengenai ketentuan pertanggungjawaban para pihak dalam perjanjian waralaba ada baiknya apabila diatur dalam pasal tersendiri agar lebih jelas lagi, sehingga pertanggungjawaban para pihak yang diberikan dapat maksimal, termasuk di dalamnya perlindungan hukum bagi para pihak bila terjadi wanprestasi

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Ario Wibowo, "Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Antara Pemberi Dan Penerima Waralaba Dalam Praktik Pengadilan", *Jurnal Lex Privatum*, Vol. 7, No. 3, 2019.
- Bisnis UKM, "Waralaba, Apa Keuntungannya?", diakses dari <https://bisnisukm.com/waralaba-apa-keuntungannya.html>, diakses tanggal 30 Juni 2023.
- Ery Agus Priyono, "Aspek Keadilan Dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba)", *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1, 2018.
- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- H. Moch. Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.
- I Made P. W. Dwiyooga, "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba C'bezt Denpasar)", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 10, No. 9, 2022.
- Oke Finance, "Omzet Rp150 Triliun, Momentum Emas Ekspansi Bisnis Waralaba", diakses dari <https://economy.okezone.com/read/2019/04/22/320/2046337/omzet-rp150-triliunmomentum-emas-ekspansi-bisnis-waralaba?page=1>, diakses tanggal 29 Juni 2023.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2010, hlm. 93.
- Priyono, E.A., "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak dalam pembuatan Perjanjian Franchise Es Teler 77 (suatu pendekatan normatif)", *Jurnal FH Undip: Masalah-Masalah Hukum*, Vol. 44, No. 2, 2015.
- Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Rony Hanitiyo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Juri Metri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994.
- Satjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: PT. Alumni, 1978,.
- Titon Slamet Kurnia dkk, *Pendidikan Hukum, Ilmu Hukum dan Penelitian Hukum Di Indonesia:Sebuah Reorientasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.