



TANGGUNG JAWAB PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN FRANCHISE MENURUT HUKUM PERDATA INDONESIA

Ahmad Imron¹, Gilang Ramadhan², Basyarudin³, Eneng Juandini⁴

Universitas Pamulang

Email : dosen10033@unpam.ac.id

ABSTRACT

Franchise or franchise is a form of modern business agreement that is growing in Indonesia. This system grants the right to the franchisee to use the trademark, system, and operational standards belonging to the franchisor. However, the legal relationship between the two parties often raises problems, especially regarding liability in the event of default. Franchise agreements are categorized as innominate contracts, which are not specifically regulated in the Indonesian Civil Code (KUHPerdata), but are valid based on Article 1319 and the principle of freedom of contract in Article 1338 of the Civil Code. This study aims to analyze the legal liability of the parties in a franchise agreement according to Indonesian civil law. The method used is normative juridical with statutory, conceptual, and case approaches. The sources of legal materials consist of the Civil Code, Law Number 42 of 2007, Government Regulation Number 42 of 2007, as well as literature and court decisions related to franchises. The results show that the franchisor is responsible for providing trademark rights, business guidance, and maintaining business reputation, while the franchisee is obliged to pay royalties and comply with operational standards. Violation of obligations can result in compensation sanctions, termination of the agreement, or dispute resolution through arbitration and court. This study confirms the importance of drafting clear and balanced clauses in franchise contracts to ensure legal certainty.

Keywords: Franchise; Waralaba; Agreement.

ABSTRAK

Franchise atau waralaba merupakan bentuk perjanjian bisnis modern yang semakin berkembang di Indonesia. Sistem ini memberikan hak kepada penerima waralaba (franchisee) untuk menggunakan merek, sistem, dan standar operasional milik pemberi waralaba (franchisor). Namun, hubungan hukum antara kedua pihak sering menimbulkan permasalahan, terutama terkait tanggung jawab apabila terjadi wanprestasi. Perjanjian franchise termasuk kategori innominate contract, yaitu perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam KUHPerdata, namun sah berdasarkan Pasal 1319 dan berlandaskan asas kebebasan berkontrak dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Penelitian ini bertujuan menganalisis tanggung jawab hukum para pihak dalam perjanjian franchise menurut hukum perdata Indonesia. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Sumber bahan hukum terdiri dari KUHPerdata, Undang-



Undang Nomor 42 Tahun 2007, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, serta literatur dan putusan pengadilan terkait franchise. Hasil penelitian menunjukkan bahwa franchisor bertanggung jawab memberikan hak penggunaan merek, pembinaan usaha, dan menjaga reputasi bisnis, sedangkan franchisee berkewajiban membayar royalti dan menaati standar operasional. Pelanggaran terhadap kewajiban dapat berakibat pada sanksi ganti rugi, pemutusan perjanjian, atau penyelesaian sengketa melalui arbitrase dan pengadilan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penyusunan klausula yang jelas dan seimbang dalam kontrak franchise guna menjamin kepastian hukum. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkaya kajian hukum perdata tentang innominate contract, sementara secara praktis memberikan pedoman dalam penyusunan perjanjian franchise yang adil dan harmonis.

Kata Kunci: Franchise; Waralaba; Perjanjian.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi saat ini menuntut pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam mengembangkan strategi dan model usaha yang efektif, efisien, dan berdaya saing tinggi. Persaingan ekonomi global yang semakin terbuka menyebabkan setiap perusahaan dituntut tidak hanya menciptakan produk yang berkualitas, tetapi juga mengembangkan sistem bisnis yang adaptif dan berkelanjutan. Salah satu bentuk inovasi dalam sistem bisnis modern yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah *franchise* atau waralaba. Hubungan bisnis ini menawarkan percepatan ekspansi pasar bagi pemilik merek sekaligus memitigasi risiko kegagalan bagi pelaku usaha pemula yang bertindak sebagai mitra (Widjaja, 2019: 112).

Sistem *franchise* merupakan bentuk kerja sama antara dua pihak, di mana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan merek dagang, sistem manajemen, metode pemasaran, standar

operasional, serta dukungan teknis tertentu dengan imbalan berupa *franchise fee* dan/atau royalti. Melalui mekanisme ini, *franchisor* dapat memperluas jangkauan usaha tanpa perlu mengeluarkan investasi besar untuk membuka cabang baru, sedangkan *franchisee* memperoleh keuntungan karena dapat menjalankan usaha dengan merek yang sudah dikenal dan terbukti berhasil di pasar (Sutedi, 2021: 78). Namun, dalam implementasinya, keseimbangan hak dan kewajiban sering kali terabaikan akibat dominasi salah satu pihak dalam penyusunan klausula kontrak.

Secara yuridis, perjanjian *franchise* tidak diatur secara eksplisit dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Oleh karena itu, perjanjian *franchise* termasuk ke dalam kategori perjanjian tidak bernama (*innominate contract*), yakni perjanjian yang lahir dari praktik kebutuhan masyarakat dan belum diatur secara khusus oleh kodifikasi hukum perdata nasional (Subekti, 2020: 34). Dasar pengakuan terhadap jenis perjanjian ini bersumber dari Pasal 1319 KUHPerdata, yang menegaskan bahwa segala perjanjian, baik yang mempunyai nama khusus

maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada ketentuan-ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian.

Keabsahan perjanjian *franchise* bersandar penuh pada pemenuhan syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yang mencakup kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal (Miru, 2021: 56). Di samping itu, perjanjian ini juga dikendalikan oleh asas kebebasan berkontrak (*party autonomy*) yang termaktub dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kendati demikian, asas kebebasan berkontrak tersebut tidak bersifat mutlak melainkan dibatasi oleh rambu-rambu ketertiban umum, kesusilaan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Simanjuntak, 2022: 89).

Meskipun secara formal telah diterbitkan instrumen hukum khusus seperti Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, sengketa mengenai pembagian tanggung jawab hukum antara *franchisor* dan *franchisee* masih kerap terjadi di lapangan. Ketidakjelasan pemenuhan prestasi, keterlambatan pembayaran royalti, perubahan sepihak atas standar operasional prosedur (SOP), hingga pelanggaran kerahasiaan dagang menjadi pemicu utama keretakan hubungan kemitraan ini (Prasetyo, 2023: 101). Permasalahan hukum semakin kompleks ketika klausula-klausula yang diperjanjikan dalam kontrak dinilai berat sebelah (*asymmetric contract*) dan merugikan pihak *franchisee* yang memiliki posisi tawar lebih rendah. Oleh karena itu, penelitian mendalam mengenai batas-batas tanggung jawab hukum para pihak berdasarkan

perspektif hukum perdata Indonesia sangat krusial untuk dikaji demi mewujudkan kepastian hukum dan iklim usaha yang sehat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum yuridis normatif (*normative legal research*), yang memfokuskan analisisnya pada pengkajian terhadap norma-norma hukum tertulis, asas-asas hukum, serta doktrin hukum yang tersebar dalam literatur ilmiah (Soekanto & Mamudji, 2021: 23). Pendekatan masalah dilakukan melalui tiga instrumen utama, yaitu Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*) untuk menelaah KUHPerdara dan regulasi waralaba; Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) untuk membedah unsur-unsur tanggung jawab hukum dalam kontrak; serta Pendekatan Kasus (*Case Approach*) guna mengamati pola penyelesaian sengketa wanprestasi dalam putusan pengadilan terdahulu (Marzuki, 2022: 67).

Sumber data atau bahan hukum dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua lini utama. Pertama, Bahan Hukum Primer yang mengikat secara yuridis formal meliputi Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdara), Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2007, dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Kedua, Bahan Hukum Sekunder yang memberikan penjelasan mendalam terhadap bahan primer berupa buku teks hukum perdata, jurnal hukum terakreditasi, tesis, dan makalah ilmiah yang relevan dengan ruang lingkup *franchise* (Ibrahim, 2020: 104). Proses pengumpulan bahan hukum ditempuh melalui metode studi pustaka (*library research*) dengan teknik dokumentasi dan pencatatan sistematis terhadap isu-isu hukum yang krusial. Setelah terkumpul, proses pengolahan data

dilakukan secara kualitatif dengan mereduksi data, mengklasifikasikan asas-asas hukum, dan menyusunnya secara sistematis. Subjek penulisan difokuskan pada para pelaku usaha *franchise* (*franchisor* dan *franchisee*), sedangkan objek penulisan mencakup hak, kewajiban, serta konsekuensi yuridis atas pemenuhan prestasi dalam kontrak *franchise*.

PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan secara komprehensif, maka rumusan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Konseptualisasi Perjanjian Franchise Sebagai *Innominate Contract*, ditinjau dari perspektif hukum perdata Indonesia?
2. Bagaimanakah implikasi pencerminan Tanggung Jawab Hukum *Franchisor* dalam Hubungan Kemitraan.?

PEMBAHASAN

Konseptualisasi Perjanjian Franchise Sebagai *Innominate Contract*

Dalam tatanan hukum perdata Indonesia, perjanjian *franchise* atau waralaba dikualifikasikan sebagai perjanjian tidak bernama (*innominate contract*). Istilah *innominate* muncul karena model kontrak kerja sama bisnis ini tidak ditemukan pengaturannya secara spesifik dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang mengkodifikasi jenis-jenis perjanjian tradisional seperti jual beli, sewa-menyewa, atau tukar-menukar (Subekti, 2020: 89). Eksistensi perjanjian ini diakui secara sah

melalui pintu masuk Pasal 1319 KUHPerdata yang membuka ruang bagi masyarakat untuk menciptakan bentuk-bentuk perikatan baru di luar undang-undang, sepanjang perikatan tersebut tidak menabrak sendi-sendi hukum positif nasional.

Kekuatan mengikat dari kontrak *franchise* ini bersandar penuh pada asas kebebasan berkontrak sebagaimana digariskan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata (Miru, 2021: 112). Melalui asas ini, undang-undang memberikan kedaulatan penuh kepada *franchisor* dan *franchisee* untuk menentukan sendiri isi, klausula, jangka waktu, hingga mekanisme pembagian keuntungan di dalam kontrak mereka. Namun, kebebasan ini bukanlah kebebasan tanpa batas. Pasal 1320 KUHPerdata menetapkan pembatasan berupa empat syarat subjektif dan objektif yang wajib dipenuhi agar kontrak memiliki kekuatan eksekutorial (Simanjuntak, 2022: 134). Ketidaksabsahan salah satu unsur, khususnya mengenai "sebab yang halal" (*lawful cause*), dapat berimplikasi pada batal demi hukumnya perjanjian tersebut sejak semula.

Pencerminan Tanggung Jawab Hukum *Franchisor* dalam Hubungan Kemitraan

Tanggung jawab hukum *franchisor* dalam pelaksanaan perjanjian merupakan refleksi langsung dari hak-hak yang telah ia terima berupa pembayaran *franchise fee* di awal kerja sama. Berdasarkan prinsip hukum timbal balik (*reciprocal contract*), tanggung jawab utama *franchisor* adalah menyerahkan atau memberikan hak untuk memanfaatkan kekayaan intelektual (*intellectual property rights*) miliknya kepada *franchisee*, yang mencakup penggunaan merek dagang (*trademark*), logo, paten, serta rahasia dagang berupa resep atau formula operasional usaha

(Sutedi, 2021: 145). Penyerahan hak ini harus dijamin bebas dari tuntutan pihak ketiga, sejalan dengan asas jaminan yang diatur dalam Pasal 1492 KUHPerdara mengenai kewajiban penjual/pemberi hak untuk melindungi pembeli dari gangguan pihak lain.

Selain pemanfaatan merek, *franchisor* memikul tanggung jawab berkelanjutan (*continuous liability*) untuk memberikan pembinaan, pelatihan manajemen, serta asistensi teknis secara periodik kepada *franchisee* (Prasetyo, 2023: 156). Pembinaan ini krusial karena kelangsungan hidup bisnis *franchisee* sangat bergantung pada transfer pengetahuan (*transfer of knowledge*) yang dilakukan oleh *franchisor*. Apabila *franchisor* menelantarkan mitra usahanya dan tidak memberikan supervisi operasional sesuai yang diperjanjikan dalam SOP, maka secara keperdataan *franchisor* telah gagal memenuhi prestasinya. *Franchisor* juga bertanggung jawab penuh untuk menjaga reputasi jaringan bisnisnya secara nasional agar nilai ekonomis dari merek yang disewa oleh *franchisee* tidak mengalami degradasi (Widjaja, 2019: 178).

Batasan Tanggung Jawab dan Kewajiban Hukum Franchisee Terhadap Kontrak

Di sisi lain, *franchisee* memikul tanggung jawab finansial dan operasional yang menjadi pilar tegaknya sistem waralaba. Tanggung jawab keperdataan utama dari *franchisee* adalah melakukan pembayaran secara tepat waktu atas nilai kompensasi yang telah disepakati, yang terbagi atas *franchise fee* (biaya awal) dan *royalty fee* yang dihitung berdasarkan persentase omzet penjualan berkala (Kusumawardhani, 2022: 210). Pembayaran ini merupakan perwujudan dari prestasi utama *franchisee* atas hak eksploitasi bisnis yang telah diterimanya

dari *franchisor*. Kelalaian dalam menyetorkan royalti secara berturut-turut merupakan bentuk pelanggaran kontrak yang serius.

Selain aspek finansial, *franchisee* bertanggung jawab penuh untuk menjalankan roda bisnis secara ketat sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan manual usaha yang ditetapkan oleh *franchisor* (Sutedi, 2021: 189). Kewajiban menjaga konsistensi mutu produk dan layanan merupakan perwujudan iktikad baik (*good faith*) dalam pelaksanaan perjanjian sebagaimana diamanatkan oleh Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. *Franchisee* dilarang keras mengubah, memodifikasi, atau mencampurkan bahan baku dari luar sistem tanpa izin tertulis dari *franchisor*, karena tindakan tersebut dapat merusak citra merek dagang seluruh jaringan waralaba. Lebih lanjut, *franchisee* memikul tanggung jawab hukum untuk menjaga kerahasiaan dagang (*trade secret*) sistem waralaba tersebut dari pihak ketiga, bahkan setelah jangka waktu kontrak perjanjian berakhir (Prasetyo, 2023: 198).

Implikasi Yuridis Wanprestasi dan Mekanisme Pemulihan Hak Para Pihak

Apabila salah satu pihak, baik *franchisor* maupun *franchisee*, tidak melaksanakan apa yang diperjanjikan atau melaksanakan namun tidak sesuai dengan klausula kontrak, maka pihak tersebut dinyatakan telah melakukan wanprestasi (*breach of contract*). Berdasarkan konstruksi hukum perdata Indonesia, status wanprestasi tidak terjadi secara otomatis melainkan harus didahului dengan pengiriman surat teguran (*somasi*) oleh pihak yang dirugikan, sesuai dengan ketentuan Pasal 1238 KUHPerdara (Subekti, 2020: 201). Somasi ini berfungsi sebagai instrumen hukum untuk memberikan kesempatan terakhir bagi

pihak yang lalai untuk memenuhi prestasinya dalam tenggat waktu tertentu.

Implikasi yuridis bagi pihak yang terbukti melakukan wanprestasi diatur secara tegas dalam Pasal 1243 KUHPdata, di mana ia wajib mengganti biaya, rugi, dan bunga (*damages*) yang diderita oleh pihak lainnya (Miru, 2021: 245). Pihak yang dirugikan memiliki lima opsi pemulihan hak yang dilindungi undang-undang: menuntut pemenuhan perjanjian; menuntut pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi; menuntut ganti rugi saja; menuntut pembatalan perjanjian; atau menuntut pembatalan perjanjian disertai ganti rugi (Simanjuntak, 2022: 212). Dalam praktik peradilan, pembatalan kontrak *franchise* akibat wanprestasi sering kali diikuti dengan kewajiban bagi *franchisee* untuk menghentikan seluruh penggunaan atribut merek dan menutup gerai usaha seketika demi melindungi hak eksklusif milik *franchisor* (Azis, 2019: 82). Penyelesaian sengketa ini dapat ditempuh melalui jalur litigasi di Pengadilan Negeri atau jalur non-litigasi melalui arbitrase sesuai klausula pilihan forum (*choice of forum*) yang tertera di dalam kontrak.

PENUTUP

Kesimpulan

Perjanjian *franchise* merupakan bentuk *innominate contract* yang sah dan mengikat berdasarkan Pasal 1319 dan Pasal 1338 KUHPdata sepanjang memenuhi syarat sah Pasal 1320 KUHPdata. Pencerminan tanggung jawab hukum dalam perjanjian ini bersifat timbal balik dan setara (*reciprocal binding*). *Franchisor* memikul tanggung jawab utama untuk menyerahkan hak pemanfaatan kekayaan intelektual (merek, sistem, logo) serta memberikan pembinaan manajemen secara berkelanjutan demi menjaga nilai ekonomi

merek. Sementara itu, *franchisee* memikul tanggung jawab mutlak untuk melakukan pembayaran *franchise fee* dan royalti, menjalankan operasional usaha secara konsisten sesuai dengan manual SOP yang ditetapkan, serta wajib melindungi kerahasiaan bisnis (*trade secret*) milik *franchisor* selama dan setelah kontrak berakhir.

Implikasi yuridis dari ketidakpatuhan salah satu pihak terhadap klausula kontrak melahirkan hak bagi pihak yang dirugikan untuk menyatakan tindakan tersebut sebagai wanprestasi setelah melalui mekanisme somasi berdasarkan Pasal 1238 KUHPdata. Konsekuensi hukum dari wanprestasi ini memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk menuntut pemenuhan kontrak, ganti rugi (biaya, rugi, dan bunga) sesuai Pasal 1243 KUHPdata, atau pengakhiran/pembatalan perjanjian secara sepihak disertai tuntutan penutupan hak operasional gerai melalui mekanisme peradilan maupun arbitrase.

Saran

Berdasarkan hasil analisis, disarankan kepada pemerintah dan para pemangku kebijakan untuk segera merumuskan undang-undang khusus (*lex specialis*) setingkat Undang-Undang yang mengatur secara spesifik mengenai waralaba guna menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, agar tercipta perlindungan hukum yang lebih kuat, integratif, dan komprehensif bagi para pihak. Bagi para pelaku usaha (*franchisor* dan *franchisee*), disarankan untuk meninggalkan penggunaan klausula baku yang bersifat sepihak (*asymmetric contract*) dan beralih pada penyusunan kontrak *franchise* yang berimbang dengan menjabarkan batas tanggung jawab masing-masing pihak secara detail, transparan, dan terukur demi meminimalisasi potensi konflik di

kemudian hari. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji aspek perlindungan hukum *franchisee* mikro terkait klausula eksonerasi dalam kontrak waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

Azis, A. (2019). Kewenangan Komisi Pemberantasan Korupsi Dalam Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi Berdasarkan Teori Negara Hukum. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, 9(2), 71-90.

Ibrahim, J. (2020). *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing.

Kusumawardhani, A. (2022). *Aspek Hukum dalam Perjanjian Bisnis Internasional dan Domestik*. Jakarta: Sinar Grafika.

Marzuki, P. M. (2022). *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Miru, A. (2021). *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Prasetyo, B. (2023). Analisis Yuridis Klausula Baku dalam Kontrak Kemitraan Waralaba di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis dan Hukum Perdata*, 14(1), 98-115.

Simanjuntak, P. N. H. (2022). *Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta: Kencana.

Soekanto, S., & Mamudji, S. (2021). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Subekti, R. (2020). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermedia.

Sutedi, A. (2021). *Hukum Waralaba (Franchising) di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Widjaja, G. (2019). *Waralaba: Panduan Hukum dan Bisnis Franchise di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.