

IMPLIKASI ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE DI INDONESIA

Kintan Kinari Astuti¹

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang
Jl. Mayjen Haryono Nomor 193, Kota Malang
email: kintankinariastuti@gmail.com

ABSTRACT

The economic growth of the world community in the current era experienced very rapid changes in the term franchise has been widely discussed among business people, especially in Indonesia. Many capital owners do franchise business because this business has its own charm because in terms of establishing a business that is relatively easier when compared to other businesses, what needs attention is how to regulate franchise law in Indonesia and how the application of the principle of freedom of contract to franchise agreements in Indonesia .

Key Words : *Contracts, agreements, franchise*

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi masyarakat dunia pada era saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat istilah *franchise* banyak diperbincangkan dikalangan pelaku usaha terutama di Indonesia. Banyak pemilik modal berbisnis *franchise* karena bisnis ini memiliki daya tarik tersendiri karena dilihat dari segi pendirian usahanya yang relatif lebih mudah jika dibandingkan dengan usaha lainnya, yang perlu mendapat perhatian adalah bagaimana pengaturan hukum *franchise* di Indonesia dan bagaimana penerapan asas kebebasan berkontrak terhadap perjanjian *franchise* di Indonesia.

Kata Kunci: Kontrak, Perjanjian, *Franchise*

PENDUHLUAN

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat dunia pada era yang serba canggih ini mengalami perubahan yang sangat daysat, hal ini berpengaruh terhadap perekonomian dunia terutama di Indonesia. Relasi bisnis antara daerah yang satu ke daerah yang lain mempunyai aksebilitas yang mudah terjangkau bahkan antar negara sekalipun, hal ini dapat ditandai dengan adanya kerja sama dalam bidang bisnis, salah satunya waralaba atau *franchise*. Pengemban usaha secara internasional dapat dilakukan dengan sekurangnya lima macam cara antara lain dengan cara ekspor, melalui pemberian lisensi, dalam bentuk *franchising* (waralaba), pembentukan perusahaan patungan (*joint ventures*), dan *total*

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

ownership atau pemilikan menyeluruh.² Bisnis dengan *franchise* pada dasarnya adalah sebuah metode perindustrian barang dan jasa ke masyarakat konsumen. Dengan kehadiran aneka ragam *franchise* yang masuk ke Indonesia, salah satunya dengan bisnis *fast food* (makanan cepat saji) yang banyak digemari masyarakat Indonesia, seperti Mc Donald, KFC, CFC, Wendy's dan bentuk jasa lainnya.

Franchise berasal dari Bahasa Latin, yaitu *Francorum rex* yang artinya "bebas dari ikatan" yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian *franchise* berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan diambil dari kata "*fran*" (bebas) atau "*francher*" (membebaskan), yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa. Jadi, yang dimaksud dengan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.³

Franchisor atau pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba⁴. Sedangkan *franchisee* atau penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.⁵ Kriteria yang harus dimiliki oleh waralaba antara lain memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.⁶

Penerima waralaba (*franchisee*) membeli ijin usaha untuk melakukan bisnis yang sama persis dengan usaha yang dimiliki pemberi waralaba (*franchisor*) untuk jangka waktu tertentu dengan sistem yang telah dibuat sebelumnya dan terbukti keberhasilannya. Penerima waralaba pada umumnya diberi hak untuk

² Gunawan Widjaja, (2002), *Lisensi atau Waralaba Buku Panduan Praktis*, Jakarta: PT Rajawali Pers, h. 1.

³ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 *tentang Waralaba*, h. 1.

⁴ *Ibid.*, h. 3.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*, h. 4-5.

mempergunakan standar dan sistem eksploitasi barang atau jasa milik *franchisor* seperti nama dagang, merek, bentuk, kemasan, penyajian dan pengedaran, rasa dan mutu. Berdasarkan hak ini, maka *franchisee* mengandalkan sepenuhnya pada citra dan nama baik dari *franchisor*.⁷ *Franchisor* sudah memiliki produk dan jasa yang siap dipasarkan *franchisee* yang telah terbukti berhasil termasuk merek usaha, sistem pembukuan, sistem operasi, standar pelayanan, standar pembuatan produk, dan lain-lain.

Sekarang ini istilah *franchise* banyak diperbincangkan dikalangan pelaku usaha terutama di Indonesia. Banyak pemilik modal berbisnis *franchise* karena bisnis ini memiliki daya tarik tersendiri karena dilihat dari segi pendirian usahanya yang relatif lebih mudah jika dibandingkan dengan usaha lainnya seperti PMA (Penanaman Modal Asing). Bisnis ini merupakan tren bisnis dengan resiko kegagalan yang minim sehingga pertumbuhannya pun sangat pesat dan sudah merambah ke kota-kota kecil di Indonesia. Peluang bisnis yang besar menjadikan waralaba dari asing maupun lokal mengalami peningkatan yang signifikan. Bisnis ini merupakan salah satu alternatif bagi seorang pemula untuk memulai usahanya.

Penting bagi para pihak yang melakukan perjanjian ataupun kontrak harus dipahami oleh masing-masing pihak dan hak dan kewajiban antara *franchisee* dan *franchisor* harus seimbang. Dalam praktiknya sering sekali dijumpai dalam perjanjian kontrak dirasa berat sebelah dan kurang menguntungkan pihak *franchisee*. Misal dalam pengakhiran perjanjian kekuasaan untuk melakukan hal tersebut adalah pihak *franchisor* tanpa harus merugikan dirinya.

Sistem bisnis *franchise* sudah merambah ke kota-kota besar di Indonesia. *Franchise* sendiri diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan lebih spesifik ada dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan lain yang juga berhubungan dengan *franchise* dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau dikenal dengan asas kebebasan berkontrak dan Pasal 1338 ayat (3) dikenal dengan prinsip itikad baik. Dapat dijelaskan bahwa kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan merupakan

⁷ Indira Hastuti, (2006), *Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise)*, h.36.

dasar mengikatnya suatu perjanjian dalam hukum kontrak dan juga setiap perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik.

Dengan demikian, yang perlu di mendapat perhatian adalah bagaimana pengaturan hukum *franchise* di Indonesia dan bagaimana penerapan asas kebebasan berkontrak terhadap perjanjian *franchise* di Indonesia. Yang dimaksud asas kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan seluas-luasnya yang oleh undang-undang diberikan kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian tentang apa saja, asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kepatutan dan ketertiban umum. Kebebasan berkontrak yang merupakan ‘roh’ dan ‘napas’ sebuah kontrak atau perjanjian, secara implisit memberikan panduan dalam berkontrak pihak-pihak diasumsikan mempunyai kedudukan yang seimbang.⁸ Dengan demikian diharapkan akan muncul kontrak yang adil dan seimbang pula bagi para pihak.⁹ Para pihak baik *franchisee* dan *franchisor* harus menaati isi dan maksud dari kontrak yang mereka buat sehingga sebuah *franchise agreement* akan mengikat. Karenanya, sangat penting bagi para pihak untuk mengatur isi kontrak secara rinci.¹⁰ Perjanjian waralaba merupakan aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang merugikan pihak lain. Jika salah satu pihak melanggar perjanjian waralaba tersebut, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku. Tetapi dalam kenyataannya sangat jarang para pihak yang mengadakan perjanjian memiliki posisi seimbang, yang memiliki posisi yang lebih kuat ialah pihak yang akan lebih menentukan isi dari perjanjian tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas penulis merasa perlu mengkaji dan dan meneliti permasalahan sebagai berikut, bagaimana pengaturan hukum *franchise* menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Indonesia? dan apakah asas kebebasan berkontrak telah menjadi landasan untuk membuat perjanjian *franchise* di Indonesia?

⁸ Agus Yudha Hernoko, (2010), *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Prenadamedia Group, h.2.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ H.M Faiz Mufidin (AP), (2008), *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: Citra Aditya Bakti, h.

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaturan hukum *franchise* menurut dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang penyelenggaraan waralaba dan mengetahui asas kebebasan berkontrak telah menjadi landasan untuk membuat perjanjian *franchise* di Indonesia.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan penelitian yuridis normatif, yakni Jenis penelitian yang mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Penelitian hukum normatif objek penelitiannya berupa norma hukum, konsep hukum, asas hukum, dan doktrin hukum, dengan menggunakan pendekatan penelitian perundang-undangan (*statue approach*), yaitu penelitian yang mengutamakan bahan hukum sebagai bahan untuk acuan dasar dalam melakukan penelitian, dan menggunakan pendekatan konseptual (*conseptual approach*), yakni pendekatan penelitian yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya. Jenis Bahan Hukum hukum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah Sumber bahan hukum primer, yakni bahan-bahan hukum yang yang mempunyai kekuatan hukum mengikat,¹¹ bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini khususnya mengenai implikasi asas kebebasan berkontrak terhadap perjanjian franchise di Indonesia.

PEMBAHASAN

Pengaturan hukum *franchise* menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Indonesia.

Di Indonesia sistem bisnis franchise baru dimulai pada tahun 1950-an dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merek, yang hingga saat ini sudah menjamur di kota-kota di seluruh Indonesia. Tidak hanya franchise asing yang berkembang, tetapi sudah banyak franchise lokal yang mengembangkan usahanya baik dalam perdagangan barang ataupun jasa. Beberapa contoh franchise lokal yang mengembangkan usahanya dengan baik seperti Salon Rudi Hadisuwarno, Es Teller 77, KOPI YOR!, Indomaret, Alfamart dan lain-lain. Indomaret dan

¹¹ Soerjono Soekanto, (2007), *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), h.52.

Alfamart merupakan salah satu franchise yang sedang berkembang sangat pesat bahkan keduanya saling bersaing dan menjadi polemik yang berkepanjangan. Namun bisnis waralaba adalah salah satu bisnis yang paling disukai para pelaku bisnis karena beberapa alasan yakni metode yang efektif dalam menyuplai sebuah model khusus kepada pasar dengan cara pembelian hak untuk meniru kekayaan intelektual yang dimiliki franchisor yang berupa merek dagang, produk dan informasi rahasia dengan memberikan dukungan kepada franchisee dalam bentuk memberikan dukungan berupa pelatihan, strategi pemasaran, pengaturan pembelannya dan grup periklanan.

Dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan *franchise* sebagai berikut: a). Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997, Peraturan Pemerintah ini dikeluarkan guna mengembangkan bisnis waralaba atau *franchise* dalam upaya pemerintah untuk memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat. b). Peraturan Pemerintah No. 42/2007 tentang Waralaba *Juncto* Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/M-DAG/PER/8/2008, Peraturan Pemerintah ini lahir dari kehendak pemerintah guna meningkatkan usaha waralaba di Indonesia terutama Usaha Kecil Menengah (UKM) yang tumbuh sebagai usaha waralaba nasional yang handal dan mampu bersaing di dalam negeri maupun di luar negeri, yang dimana dikhususkan untuk memasarkan produk dalam negeri. Dalam Peraturan Pemerintah ini waralaba didefinisikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha yang memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Berdasarkan pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42/2007, kriteria waralaba antara lain: Bisnis itu memiliki ciri khas usaha, Terbukti telah memiliki keuntungan, Memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, Mudah diajarkan dan diaplikasikan, Adanya dukungan yang berkesinambungan, dan Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

Selain yang disebutkan diatas berdasarkan pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor. 42/2007, pemberi waralaba haruslah memberikan pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada

penerima waralaba secara berkesinambungan, karena jika hal ini tidak dilakukan pemberi waralaba dapat dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Peraturan ini dikeluarkan untuk lebih meningkatkan kegiatan usaha waralaba dan kemitraan usaha antara pemberi waralaba dengan pengusaha kecil dan menengah, serta meningkatkan kemudahan berusaha di bidang usaha waralaba. Dalam peraturan Menteri ini yang dimaksudkan dengan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Dalam peraturan Menteri yang dimaksud dengan penyelenggara waralaba antara lain: 1). Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba, 2). Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba, 3). Pemberi waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberi hak oleh pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan, 4). Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba.

Penyelesaian Sengketa *Franchise*, Sebagaimana bisnis pada umumnya, beberapa kewajiban dalam suatu kontrak waralaba berpotensi dilanggar atau dilalaikan. Penyelesaian sengketa umumnya dilakukan melalui pengadilan, tetapi banyak jalan untuk penyelesaian sengketa. Baik secara formal maupun non formal dapat dilakukan untuk berbagai sengketa yang mungkin timbul. Ada beberapa penyelesaian sengketa yakni melalui jalur pengadilan, jalur arbitrase dan jalur negoisasi.

Asas Kebebasan Berkontrak Sebagai Landasan Untuk Membuat Perjanjian Franchise Di Indonesia.

Dalam Hukum Perdata yang berlaku di Indonesia, kebebasan berkontrak diatur di pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa semua kontrak (perjanjian) yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Dari bunyi Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dapat disimpulkan bahwa asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak yang membuat perjanjian untuk membuat atau tidak membuat perjanjian, mengadakan perjanjian dengan siapapun, menentukan isi dari perjanjian tersebut, dan menentukan bentuk dari perjanjian berupa lisan ataupun tulisan. Titik tolak dari kebebasan berkontrak adalah kebebasan dari individu tersebut, sehingga kebebasan individu memberikan kepadanya kebebasan untuk berkontrak. Membahas asas kebebasan berkontrak juga tidak bisa lepas dari asas konsensualisme yang berarti suatu perjanjian pada dasarnya sudah ada sejak tercapainya kata sepakat diantara para pihak dalam perjanjian tersebut. Asas ini terdapat pada Pasal 1320 KUH Perdata yang berarti kemauan para pihak untuk saling mengikatkan diri dan kemauan ini dipercaya bahwa perjanjian itu akan dipenuhi. Asas ini berkaitan dengan lahirnya suatu perjanjian itu terjadi karena adanya kata sepakat atau kehendak yang bebas dari para pihak yang membuat perjanjian mengenai isi atau pokok perjanjian.¹²

Dalam pembuatan perjanjian *franchise* selain asas kebebasan berkontrak dan asas konsensualisme, asas keseimbangan juga tidak bisa lepas dari pembuatan suatu perjanjian. Dalam asas keseimbangan disaumsikan dalam membuat suatu perjanjian para pihak memiliki kedudukan yang seimbang. Hal ini, bertentangan dengan perjanjian baku yakni perjanjian ini bersifat perjanjian baku yang telah disiapkan oleh pihak yang kedudukannya lebih kuat, yakni *franchisor* atau pemberi waralaba. Maka, dapat dipastikan bahwa seluruh isi dari perjanjian tersebut sudah dirancang oleh pihak *franchisor* dan untuk keuntungan *franchisor* pula. Pemahaman makna asas keseimbangan secara umum memberikan makna asas keseimbangan sebagai posisi tawar para pihak yang berkontrak. Perjanjian

¹² Wiryono Projodikoro, *Pokok-Pokok Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Bandung:Sumur Bandung, h.21.

yang bersifat baku tidak memberi peluang yang cukup bagi pihak yang lemah dalam hal ini *franchisee* untuk memberikan pendapat sehingga tidak memiliki kebebasan yang didasarkan pada asas kebebasan berkontrak guna melindungi kepentingannya sebagai pihak dalam perjanjian. Hal ini membuat tidak dapat tercapainya kesepakatan antara para pihak pembuat perjanjian karena tidak memiliki hak yang seimbang, karena lebih didominasi oleh *franchisor*. Suatu perjanjian yang dibuat oleh salah satu pihak biasanya dalam format baku cenderung menimbulkan kerugian di salah satu pihak dengan menguntungkan pihak lain.

Penggunaan kontrak baku dalam dunia bisnis *franchise* ini menimbulkan permasalahan yang memerlukan pemecahan. Suatu perjanjian terjadi didasarkan pada asas kebebasan berkontrak di antara dua pihak yang memiliki kedudukan yang seimbang. Kesepakatan yang didapat dalam suatu pembuatan perjanjian itu merupakan hasil dari negoisasi di antara para pihak yang membuat perjanjian.¹³

Sutan Remy Sjahdeini merumuskan perjanjian baku adalah perjanjian yang hamper seluruh klausula-klausulanya sudah dibakukan oleh pemakainya dan pihak lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.¹⁴ Keabsahan berlakunya perjanjian baku tidak lagi dipersoalkan karenanya perjanjian baku telah meluas dalam dunia bisnis. Dan perjanjian baku lahir dari kebutuhan masyarakat sendiri. Dunia bisnis pun tidak dapat berlangsung tanpa perjanjian baku. Akan tetapi apakah perjanjian ini tidak bersifat berat sebelah, maksudnya bahwa perjanjian baku tersebut hanya mencantumkan hak-hak salah satu pihak saja.

Perjanjian baku memiliki ciri khas dibanding dengan perjanjian lainnya antara lain:

1. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh pihak yang lebih kuat.

Umumnya perjanjian dibuat berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak. Akan tetapi dalam perjanjian baku tidaklah demikian. Membuat isi

¹³ Aryo Dwi Prasnowo, (2018), *Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku*, Vol.8, h.67.

¹⁴ Yasardin, (2018), *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*, Jakarta:Kencana, h.28.

perjanjian secara sepihak merupakan ciri khas dari perjanjian baku. Hal ini membuat tidak seimbang kedudukan para pihak pembuat perjanjian.

2. Adanya klausula atau syarat ekonerasi

Klausula atau syarat ekonerasi adalah syarat-syarat yang membatasi atau membebaskan tanggungjawab salah satu pihak dalam melaksanakan suatu perjanjian. Dengan demikian syarat ekonerasi termasuk perjanjian baku. Dalam perjanjian ini orang tidak ingin menderita kerugian yang terlalu besar terhadap perbuatan atau perjanjian yang ia buat.

3. Perjanjian baku kebanyakan adalah perjanjian adhesi

Perjanjian adhesi adalah perjanjian dimana salah satu pihak pembuat perjanjian berada dalam keadaan terdesak, dan hal ini dimanfaatkan oleh pihak lain yang memiliki kedudukan yang lebih kuat. Pihak terluat membuat suatu penawaran dalam perjanjian dengan pihak yang lemah menggunakan prinsip "*take it or leave it*" (ambil atau tinggalkan).

4. Perjanjian baku memuat *default clauses*

Perjanjian baku memuat *default clauses* adalah klausa yang memberikan hak salah satu pihak yang lebih kuat kedudukannya untuk memutuskan sebelum waktunya dalam hal tertentu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

5. Terdapat klausula yang tidak wajar

Dalam praktik seringkali dijumpai perjanjian baku yang berat sebelah. Karena banyaknya hak-hak salah satu pihak dan kewajiban pihak lain. Hal ini menimbulkan klausula yang tidak wajar yang akan memberatkan pihak lainnya. Keberadaan perjanjian baku yang dibuat dengan sepihak akan dapat merugikan pihak lain karena apabila dilihat dari asas kebebasan berkontrak dan keseimbangan, isi perjanjian tersebut kurang mencerminkan rasa keadilan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil penelitian terhadap permasalahan yang dikaji, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaturan hukum *franchise* menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba antara lain:

- a. Mengatur ketentuan umum mengenai waralaba seperti kriteria waralaba, dan penyelenggara waralaba;
- b. Prospektus Penawaran Waralaba dan Perjanjian Waralaba;
- c. Logo Waralaba;
- d. Penggunaan Produk Dalam Negeri;
- e. Pembinaan, Evaluasi dan Pengawasan;
- f. Sanksi;

Penyelesaian sengketa umumnya dilakukan melalui pengadilan, tetapi banyak jalan untuk penyelesaian sengketa. Baik secara formal maupun non formal dapat dilakukan untuk berbagai sengketa yang mungkin timbul. Ada beberapa penyelesaian sengketa yakni melalui jalur pengadilan, jalur arbitrase dan jalur negoisasi.

2. Perjanjian *franchise* atau waralaba yang dibuat secara baku jika dilihat dan dianalisis dari pengertian perjanjian baku yang isi dari perjanjian ini telah disiapkan oleh pihak yang kedudukannya lebih kuat, yakni *franchisor* atau pemberi waralaba. maka, dapat dipastikan bahwa seluruh isi dari perjanjian tersebut sudah dirancang oleh pihak *franchisor*. Maka bisa dikatakan asas kebebasan berkontrak kurang nyata terbukti dalam perjanjian *franchise* sehingga memerlukan adanya asas keseimbangan dalam membuat suatu kontrak.

Saran

Pihak *franchisor* berkewajiban memberikan informasi tentang segala sesuatu yang terkait dengan usaha *franchisanya* secara lengkap dan transparan kepada calon *franchisee*.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

Buku

Aryo Dwi Prasnowo, (2018), *Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku*, Vol.8, h.67.

Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Gunawan Widjaja, 2002, *Lisensi atau Waralaba Buku Panduan Praktis*, Jakarta: PT Rajawali Pers.

H.M Faiz Mufidin (AP), 2008, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: Citra Aditya Bakti.

Indira Hastuti, (2006), *Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise)*

Wiryo Projojodikoro, *Pokok-Pokok Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Bandung:Sumur Bandung

Soerjono Soekanto, 2007, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).

Yasardin, 2018, *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*, Jakarta:Kencana.