

Faktor-Faktor yang Harus Diperhatikan dan Problematika Pelaksanaan Perjanjian Bisnis Franchise

Sintia Maryam¹ Urbanisasi²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: sintia.205210212@stu.untar.ac.id¹ urbanisasi@fh.untar.ac.id²

Abstrak

Perkembangan perdagangan di era dlobalisasi semakin pesat, salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha, karena dengan wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri dan dengan wirausaha akan membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang diciptakan tersebut. Dengan sistem waralaba, para penerima waralaba hanya membeli sistem bisnis yang telah ada dan memiliki keuntungan bahwa pembeli system tersebut tidak perlu memulai dari nol. Tentunya untuk mewujudkan waralaba tersebut di tandai dengan suatu perjanjian waralaba agar dapat meminimalisasi adanya penyimpangan kelak. Jenis metode penelitan dalam penulisan ini ialah Kualitatif dengan jenis dokumen. Penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang hasilnya bukan didasarkan pada stistik atau perhitungan lainnya. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui problematika dalam pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian serta factor-faktor apa yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba.

Kata Kunci: Problematika, Perjanjian, Bisnis, Franchise



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Rintangan yang sering dihadapi pengusaha pemula adalah memutuskan format bisnis mana yang harus mereka ikuti. Banyak faktor yang perlu diperhatikan dan dipelajari. Misalnya, bentuk dan bidang bisnis, proses bisnis, model manajemen, analisis bisnis, dll. Tentu saja, ketika Anda memulai bisnis yang benar-benar baru, masih banyak hal yang belum diputuskan dan Anda merasa cemas. Bagi sebagian orang yang tidak mau berurusan dengan batasan tersebut, waralaba menjadi salah satu alternatif untuk memulai bisnis. Padahal, peluang bisnis franchise menawarkan potensi besar bagi pengusaha pemula. Paket waralaba yang baik akan memastikan bahwa orang yang tepat dapat menjalankan bisnis Anda dengan sukses. (Edy Wahyudi, 2010)

Istilah waralaba pada awalnya tidak dikenal dalam literatur hukum Indonesia. Hal ini tidak mengherankan, karena waralaba pada awalnya tidak berakar pada budaya dan tradisi bisnis nasional Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang mempengaruhi berbagai sektor, waralaba telah menjadi bagian dari tatanan budaya dan hukum masyarakat Indonesia. Belakangan, istilah waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pengembangan Pendidikan Manajemen (LPPM). (Adrian Sutedi, 2008: 6-7). Wara artinya istimewa dan "manfaat" artinya keuntungan. Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah waralaba telah digunakan sejak diundangkannya Undang-Undang Usaha Kecil Menengah No. 9 Tahun 1995, Pasal 27 menyebutkan bahwa kemitraan berbentuk pola plasmacore, subkontrak, transaksi umum, waralaba, agen, dan lain-lain. (Moch Najib Imanullah, 2008: 41).

Untuk menindak lanjuti ketentuan tersebut, maka Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007. Dalam peraturan pemerintah ini yang

dimaksud dengan waralaba adalah hak khusus seseorang atau perusahaan atas suatu sistem usaha yang telah terbukti berhasil dan mempunyai fungsi usaha yang dapat digunakan atau disediakan bagi pihak lain. perjanjian waralaba. (Moch Najib Imanullah, 2008: 41). Sebagai tindak lanjut diterbitkannya Peraturan Pemerintah tersebut, Menteri Perdagangan RI, menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 12/M-DagiPer/3/2006 tentang "Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-Dag/Per/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Perkembangan perdagangan di era globalisasi mengalami kemajuan pesat. Salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan berwirausaha. Karena kewirausahaan membuat masyarakat mandiri, kewirausahaan menciptakan peluang untuk dirinya sendiri dan memanfaatkan peluang yang tercipta. Keuntungan dari sistem waralaba adalah franchisee hanya perlu membeli sistem bisnis yang sudah ada, dan pembeli sistem tidak perlu membangunnya dari awal. Tentu saja, implementasi waralaba ditandai dengan perjanjian waralaba untuk meminimalkan kecurangan di masa mendatang. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui problematika dalam pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian serta factor-faktor apa yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Rumusan Masalah: Bagaimana problematika dalam pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian. Apa saja faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui problematika dalam pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian. Untuk mengetahui factor – factor yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitan dalam penulisan ini ialah Kualitatif dengan jenis dokumen. Penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang hasilnya bukan didasarkan pada statistik atau perhitungan lainnya. (Bashrowi dan Suwandi, 2008) Instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Salah satu sumber data yang digunakan adalah Sudi pustaka, yaitu menggunakan sumber kepustakaan untuk memperoleh data penelitian tanpa melakukan kerja lapangan. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber kajian pustaka. dengan mengkaji penelitian-penelitian sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Problematika Pelaksanaan Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba

Hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba ini timbul karena adanya perjanjian antara Direktur Utama dengan pihak penerima waralaba. Oleh karena itu hak dan kewajiban masing-masing pihak telah diatur di dalam surat perjanjian. Menurut Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Untuk menjamin kelancaran pelaksanaan perjanjian waralaba, para pihak dan isi perjanjian waralaba selalu harus mengacu kepada peraturan perundang-undangan, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Sesuai dengan Pasal 3 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, waralaba mempunyai ciri khas usaha sebagai merek dagang yang dimiliki oleh pemberi waralaba, waralaba ini mudah diajarkan dan diaplikasikan karena biasanya pihak perusahaan

memberikan pelatihan selama 30 hari dan memberikan dukungan yang berkesinambungan dengan terus mengawasi produk dan pelayanan penerima waralaba secara berkesinambungan melalui telepon, fax, e-mail, SMS, ataupun surat-menyurat. Yang terpenting, bisnis waralaba telah terdaftar dan disahkan oleh Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI, Direktorat Hak dan Kekayaan Intelektual (HKI). Sebelum disepakatinya perjanjian waralaba, terlebih dahulu pemberi waralaba menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian dimana telah dilakukan oleh pihak perusahaan kepada calon penerima waralaba dan ditulis dalam bahasa Indonesia yang telah sesuai dengan Pasal 7 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 4 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012. Menurut Pasal 4 dan 5 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang dibuat dengan bahasa Indonesia sesuai dengan kedudukan hukum yang setara dan berlaku hukum Indonesia, dimana dalam perjanjian waralaba telah tercantum klausul-klausul yang sesuai dengan pasal tersebut

Dalam Pasal 6 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, Menurut pasal ini, perjanjian waralaba memuat klausula yang memberikan hak kepada penerima waralaba, setelah tahun keempat jangka waktu perjanjian waralaba, untuk menunjuk penerima waralaba lain setelah pemberitahuan sebelumnya kepada pemilik waralaba. Terkait dengan Pasal 8 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 27 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, pemberi waralaba memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran selama 30 hari di lokasi penerima waralaba, mempromosikan brand dan outlet melalui facebook, twitter, foursquare, linked in dan portal F&B. Pemberi waralaba telah mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan penerima waralaba telah mendaftarkan perjanjian waralaba, dalam hal ini telah dilegalisasi oleh notaris setempat, yang sesuai dengan Pasal 10 dan 11 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007. Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, namun dalam kenyataannya masih ada permasalahan dalam beberapa aspek yang biasanya sering terjadi, yaitu:

1. Keterlambatan pengiriman :
 - a. Pihak pertama melakukan keterlambatan pengiriman bahan baku kepada pihak kedua yang berakibat pihak kedua tidak dapat berproduksi sehingga pendapatan menurun.
 - b. Pihak pertama melakukan keterlambatan dalam pengiriman box, plastik yang mengakibatkan pihak kedua dalam menjualkan produknya menggunakan box dan plastik biasa.
2. Keterlambatan pembayaran : Rekanan terlambat karena alasan keuangan atau tidak mau melakukan pembayaran waralaba, sehingga alur kerja di kantor tidak lancar, tetapi hal ini dapat diselesaikan dengan hati-hati.
3. Keterlambatan dalam memberikan pelatihan : Setiap kali ada produk donat baru, pihak pertama melatih pihak kedua, namun pada prakteknya pihak pertama terlambat mengirimkan pelatih untuk melatih, padahal pihak kedua terburu-buru menjualnya. Hal ini dikarenakan SDM yang terbatas dan para trainer yang datang ke lokasi harus bergiliran menunggu jadwal yang bebas.
4. Kurangnya promosi: Pihak pertama tidak mempromosikan brand dan outlet dengan cara terbaik melalui social media dan interest, sehingga banyak orang yang tidak mengetahui tentang produk tersebut sehingga mengakibatkan penurunan penjualan.

Faktor-Faktor Yang Harus diperhatikan

Pelaksanaan perjanjian waralaba tentunya tidak mengherankan apabila terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan di luar isi naskah perjanjian. Seperti adanya kebiasaan dan standart clausula. Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan adalah :

1. Ketepatan pengerjaan karyawan. Misalnya : Saat membangun toko, kontraktor dan desainer interior seringkali terburu-buru sehingga mengakibatkan kerugian bagi pemilik waralaba dan perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu mencari kontraktor dan desainer interior yang berpengalaman dan telah disepakati sebelumnya, yang keterlambatannya, sesuai kesepakatan kedua belah pihak, akan mengakibatkan penalti kontrak, sehingga mereka berusaha untuk menyelesaikan proyek tersebut. Jika ada keterlambatan dan karyawan sudah masuk, karyawan tersebut disarankan untuk menunggu pembukaan dan menerima gaji sesuai kesepakatan antara pemberi waralaba dan karyawan. Dalam hal ini, karyawan yang menunggu juga termasuk dalam gaji. Ini jelas merupakan kerugian bagi franchisee.
2. Kurangnya pemahaman sumber daya manusia terhadap isi perjanjian, Perusahaan waralaba seringkali tidak sepenuhnya memahami perjanjian waralaba yang disepakati bersama, sehingga terkadang kesalahpahaman muncul di sepanjang jalan. Jika ada perbedaan pendapat, maka akan diselesaikan melalui musyawarah untuk mencapai kesepakatan atau kesepakatan yang saling menguntungkan. Misalnya: Itu adalah perjanjian awal yang tidak tertulis dalam kontrak. Pada saat pembukaan, pihak perusahaan memantau lokasi dengan beberapa kali kunjungan, namun ternyata pihak pemilik merasa bahwa setiap pemilik memiliki masalah dan tim perusahaan harus selalu berada di lokasi, meskipun memungkinkan melalui telepon.
3. Pemilik kurang kooperatif dengan program-program yang menjadi standar perusahaan. Seringkali tidak dijalankan oleh pemilik yang berakibat pada bisnisnya tidak berjalan seperti yang diharapkan.
4. Adanya faktor politik, Negara melakukan pengawasan di bidang waralaba. Karena iklim bisnis yang stabil di Indonesia, pemerintah memberikan prioritas kepada waralaba dalam negeri yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah dalam waralaba, termasuk waralaba ini. Selain memperkuat pengaruh usaha kecil dan menengah, juga harus mampu bersaing dengan produk luar negeri.
5. Adanya faktor sosial budaya, Adanya franchise berarti dapat menerima tenaga kerja dari daerah manapun yang dibuka cabangnya. Namun pada kenyataannya, sering terjadi bahwa sumber daya manusia yang tersedia untuk merealisasikan proyek hanya terbatas. Di daerah atau kota kecil khususnya sangat sulit mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas sesuai standar yang ada. Untuk mengatasi masalah ini, waktu pelatihan bagi karyawan telah diperpanjang untuk memberi mereka pemahaman yang lebih baik. Jika perlu, karyawan dari daerah lain yang mampu akan diterima. Masyarakat masih beranggapan bahwa waralaba adalah bisnis yang mewah, namun dengan regulasi waralaba, masyarakat semakin sadar bahwa pemerintah mengutamakan waralaba rumahan yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah.
6. Adanya faktor ekonomi, Tujuan memulai usaha adalah untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Sejak franchise ini berkembang di berbagai daerah di Indonesia, selain menyerap tenaga kerja yang besar, kesejahteraan pekerja juga meningkat karena mereka bisa mendapatkan penghasilan. Selain itu, penggunaan kardus, plastik, bahan mentah, dan persediaan oleh pemilik waralaba dapat meningkatkan keuntungan pemilik waralaba, penerima waralaba, dan karyawannya.

KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, namun dalam kenyataannya masih ada permasalahan dalam beberapa aspek yang biasanya sering terjadi, yaitu: Keterlambatan pengiriman, Keterlambatan pembayaran, Keterlambatan dalam memberikan pelatihan, Kurangnya promosi. Pelaksanaan perjanjian waralaba tentunya tidak mengherankan apabila terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan di luar isi naskah perjanjian. Seperti adanya kebiasaan dan standart clausula. Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan adalah: Ketepatan pengerjaan karyawan, Kurangnya pemahaman sumber daya manusia terhadap isi perjanjian, Pemilik kurang kooperatif dengan program-program yang menjadi standar perusahaan, Adanya factor politik, Adanya faktor sosial budaya, Adanya factor ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi. (2008). Hukum Waralaba. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bashrowi dan Suwandi, (2008) Mengetahui Penelitian Kualitatif, Jakarta: Rhineka Cipta
- Edy Wahyudi. (2010). Strategi Bersaing Bisnis Franchise dengan Pendekatan Strategi Pemasaran, Jurnal Inspirat, Vol 1 No. 1
- Moch Najib Imanullah. (2008). Faktor Non-Ekonomi dalam Waralaba. Surakarta: UNS Press.