



Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 3 Juli 2023, h. 858-873

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau. Website:

<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

E-ISSN: 2964-7436

Dede Hanafi, Irfan Ridha: Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* Run Run Signature Drink di Provinsi Riau

PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* RUN RUN SIGNATURE DRINK DI PROVINSI RIAU

Dede Hanafi Akmal¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Fakultas Syariah dan Hukum
E-mail: dedehanafi23@gmail.com

Irfan Ridha²

²Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: irfan.ridha30@uin-suska.ac.id

(Corresponding author: irfan.ridha30@uin-suska.ac.id)

Abstrak

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi dengan adanya pelanggaran yang terjadi pada *franchise* Run Run Signature Drink di Provinsi Riau, dengan demikian maka dibutuhkan tanggungjawab diantara pihak yang terlibat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian-perjanjian *franchise* Run Run di Provinsi Riau dan ntuk mengetahui tanggung jawab *franchisor* dan *franchisee* jika terjadi pelanggaran dalam pelaksanaan *franchise* Run-Run di Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi hukum, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka dan studi dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisa data menggunakan analisis data dengan metode deskriptif analitis. Penelitian ini mempunyai subjek yang terdiri dari 2 informan, yaitu dari penerima waralaba Run Run dan kurir bahan baku Run Run. Hasil Penelitian ini ditemukan wanprestasi yang terjadi dalam perjanjian *franchise* Run Run di Provinsi Riau yang berlokasi di Kecamatan Tapung yaitu penggunaan bahan baku, kemudian ditemukan upaya penyelesaian wanprestasi tersebut dengan menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*.

Kata kunci: Perjanjian *Franchise*, Run Run Signature Drink, Bisnis Waralab

Abstract

The background of this thesis research is the existence of violations that occurred in the Run Run Signature Drink franchise in Riau Province, thus requiring responsibility between the parties involved. The purpose of this research is to find out the implementation of Run-Run franchise agreements in Riau Province and to find out the responsibilities of the franchisor and franchisee in the event of a violation in the implementation of the Run-Run franchise in Riau Province. This study uses a legal sociology approach, with data collection techniques in the form of observation, interviews, literature study and documentation study. Processing techniques and data analysis using data analysis with analytical descriptive method. This study has subjects consisting of 2 informants, namely from Run Run franchise recipients and Run-Run raw material couriers. The results of this study found defaults that occurred in the Run-Run franchise agreement in Riau Province which is located in Tapung District, namely the use of raw materials, then found efforts to resolve these defaults using Alternative Dispute Resolution (ADR).

Keywords: Franchise Agreement, Run Run Signature Drink, Franchise Business

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi. Dengan berinteraksi, mereka dapat mengambil dan memberikan manfaat. Salah satu praktek yang merupakan hasil interaksi sesama manusia adalah terjadinya jual beli yang dengannya mereka mampu mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Jual beli merupakan aktivitas yang dilakukan manusia umumnya dalam perekonomian baik itu sebagai produsen ataupun konsumen. Islam pun mengatur permasalahan ini dengan rinci dan seksama sehingga ketika mengadakan transaksi jual beli, manusia mampu berinteraksi dalam koridor syariat dan terhindar dari tindakan-tindakan aniaya terhadap sesama manusia, hal ini menunjukkan bahwa Islam merupakan ajaran yang bersifat universal dan komprehensif.

Dalam Negara hukum, segala sesuatu yang disepakati bisa menjadi undang-undang bagi mereka yang membuatnya, pernyataan ini tercantum di dalam Pasal 1338 Ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebagaimana yang dimaksud adalah suatu perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi kedua belah pihak. Definisi perjanjian itu sendiri adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih, definisi perjanjian ini tercantum didalam pasal 1313 KUHPerdata. Menurut M. Yahya Harahap

mendefinisikan perjanjian yaitu suatu bagian hukum yang mengikatkan 2 (dua) orang atau lebih, pihak satu memberikan hak dan pihak lain memberikan kewajiban tentang suatu prestasi¹

Pada Pasal 1319 KUHPerdara menjelaskan mengenai pembagian perjanjian dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Perjanjian bernama atau *nominaat contracten*, disebut demikian sebab merupakan perjanjian yang diberi nama dan pengaturan secara khusus dalam Undang-Undang, seperti perjanjian sewa menyewa, perjanjian jual beli, dan lain-lain;
2. Perjanjian tak bernama atau *innominaat contracten*, disebut demikian karena merupakan perjanjian yang belum mempunyai nama tertentu dan belum diatur secara khusus dalam undang-undang². Perjanjian ini lahir di dalam masyarakat berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Salah satu contoh perjanjian tidak bernama adalah perjanjian waralaba.

Perjanjian yang dibagi berdasarkan bentuknya yaitu secara lisan dan secara tertulis. Perjanjian lisan adalah perjanjian yang dibuat para pihak dengan kesepakatan lisan, sedangkan perjanjian tertulis dibuat dalam bentuk tertulis dapat berupa akta otentik atau akta dibawah tangan. Perjanjian secara lisan dan perjanjian secara tertulis memiliki kekuatan hukum yang sama, namun harus memiliki unsur kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Perjanjian waralaba tergolong perjanjian tertulis tidak bernama. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian antara para pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba berupa perjanjian baku yang pada umumnya ditentukan secara sepihak oleh pemberi waralaba sehingga cenderung lebih menguntungkan pihak pemberi waralaba daripada penerima waralaba.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menegaskan bahwa perjanjian waralaba harus berbentuk tertulis, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 Ayat (7) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba yang berbunyi:

"Perjanjian Waralaba adalah perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba³"

¹ Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Alumni, Bandung, 1986), h. 45.

² Marselo V. G. Pariela, "Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba" dalam *Jurnal Sesi*, Volume 23., No. 1., (2017), h. 131.

³ Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Di Indonesia definisi waralaba (*franchise*) disebutkan di dalam Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yang berbunyi:

“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 waralaba⁴”

Pada Pasal 1 Ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menjelaskan mengenai pihak-pihak yang berkaitan dengan waralaba (*franchise*). Adapun pihak pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Kemudian ada pihak penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba⁵.

Waralaba merupakan suatu kerjasama usaha antara pemilik merek usaha dengan memberikan lisensinya kepada pihak lain untuk pemakaian merek usaha, dalam jangka waktu yang sudah ditentukan atau sudah disepakati⁶. Lisensi yang diberikan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba memiliki jangka waktu tertentu. Pengertian lisensi disebutkan di dalam Pasal 1 Ayat (18) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

"Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan Merek terdaftar⁷"

Usaha waralaba terbagi dalam beberapa bidang yaitu pendidikan, kesehatan, makanan, minimarket, dan lain-lain. Bisa dikatakan juga bahwa waralaba dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan pemasaran jasa dan atau barang, dimana pemilik waralaba atau pemberi waralaba memberikan kepada pihak lain atau penerima waralaba berupa hak yang istimewa untuk melaksanakan suatu cara dan juga sistem usaha atau bisnis dengan cara yang sudah ditentukan, contohnya sudah ditentukan tempat dan

⁴ Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

⁵ Amir Karamoy, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Umum, 2011), h. 45.

⁶ Niru Anita Sinaga, “Wanprestasi dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian”, dalam *Jurnal Mitra Manajemen*, Volume 7., No. 2., (2015), h. 113.

⁷ Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

selama waktu perjanjian kerjasama⁸. Para penerima waralaba tidak perlu kesulitan menciptakan sistem bisnis dari awal, cukup dengan menyediakan sejumlah modal kemitraan usaha dan membayar royalti dengan memanfaatkan sistem waralaba asing melalui perjanjian bisnis⁹.

Bisnis waralaba (*franchise*) menjadi salah satu pilihan favorit bagi pelaku bisnis, sebab bisnis waralaba dipercaya dapat menghasilkan keuntungan yang menjanjikan dan dapat berkembang seiring berjalannya waktu. Di Indonesia, banyak sekali ditemukan bisnis waralaba asing seperti KFC, McDonalds, dan juga Burger King. Kemudian ada juga waralaba local seperti Es Teler 77, Kopi Janji Jiwa, dan juga Minuman Run-Run.

METODE PENELITIAN

Dari sudut metode yang dipakai dalam penelitian ini, maka jenis penelitian ini adalah *Observational Research* dengan cara survei, yaitu memakai wawancara dengan para pihak untuk memperoleh data yang diperlukan mengkaji aspek hukum dengan melihat fakta yang terjadi dilapangan untuk selanjutnya dibandingkan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta pendapat-pendapat para ahli dalam bentuk literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Sifat penelitiannya, penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, dokumen, dan catatan lapangan. Kemudian dianalisa untuk memaparkan permasalahan dengan judul yang dipilih yaitu pelaksanaan perjanjian *franchise* Run Run Signature Drink di Provinsi Riau.

Data yang diperoleh dari wawancara yang kemudian dikumpulkan dan diklasifikasi menurut masalah pokok, lalu dilakukan pengolahan data berdasarkan wawancara yang diuraikan dalam kalimat serta dengan membandingkannya dengan teori dan pendapat para ahli serta peraturan perundang-undangan yang berlaku. Didalam penelitian yang penulis lakukan ini, penulis menggunakan metode penarikan kesimpulan yang digunakan adalah metode deduktif yaitu penyimpulan dari hal-hal umum kepada hal-hal khusus.

Analisis kualitatif yang digunakan adalah model analisis interaktif, yaitu model analisis yang memerlukan tiga komponen berupa reduksi data, sajian

⁸ Kenneth De Lara Lim, et.al., “Akibat Hukum Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina di Kota Denpasar” dalam *Jurnal Interpretasi Hukum*, Volume 1., No. 1., (2020), h. 211.

⁹ Bella Katrinasari, “Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalty Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba” dalam *Privat Law*, Volume V., No. 1., (2017), h. 36.

data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi dengan menggunakan *interactive mode* milik Sugiyono.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Perjanjian Franchise Run Run Di Daerah Riau

Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan yang dikumpulkan pada periode Juni 2018 hingga Oktober 2021 menunjukkan bahwa model bisnis *franchise* memiliki prospek yang tinggi dan cukup berdampak pada perkembangan perekonomian. Sektor ini tumbuh stabil sebesar 5% pertahun dan mencatat omzet hingga Rp 54,4 M. Bisnis *franchise* makanan dan minuman mendominasi 58,37% dari total keseluruhan. Sejalan dengan itu, Ketua Asosiasi Franchise Indonesia Andrew Nugroho berpendapat bahwa *Food and beverage* menjadi penyumbang terbesar untuk *franchise* di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan besarnya pasar Indonesia. Artinya masyarakat memberikan respon positif akan waralaba sektor makanan di *market* Indonesia.¹⁰

Semenjak berakhirnya Perang Dunia II, konsep bisnis *franchise* mulai berkembang secara pesat di dunia. Bisnis *franchise* merupakan bisnis yang melakukan perjanjian antara dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Di dunia global sekarang, bisnis waralaba menjadi sangat populer karena kenyamanan, kemudahan, pengoperasian, serta biaya masuk yang rendah ke pasar. Pesatnya perkembangan sistem waralaba telah menjadikan waralaba sebagai sistem bisnis yang populer di berbagai bidang usaha, terutama di Amerika Serikat. *Franchise* mulai ada di Indonesia pada tahun 1950-an. Diawali dari adanya *seller* kendaraan bermotor yang dibeli melalui lisensi (agen tunggal merek). Hingga saat ini, *franchise* terus tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia seiring dengan kemajuan teknologi dan sifat konsumtif masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan yang dikumpulkan pada periode Juni 2018 hingga Oktober 2021 menunjukkan bahwa *franchise* makanan dan minuman mendominasi sektor bisnis waralaba.¹¹

Munculnya globalisasi dan revolusi industri 4.0, memiliki pengaruh terhadap perubahan dari segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari segala sesuatu yang serba canggih dan globalisasi memaksa manusia untuk terus melakukan inovasi khususnya dalam

¹⁰ Majalah Franchise, "Kemendag Sebut Potensi Besar Bisnis Waralaba di Indonesia" artikel dari <https://majalahfranchise.com/kemendag-sebut-potensi-besar-bisnis-waralaba-di-indonesia/>, diakses pada 18 Juni 2022.

¹¹ Badriyah dan Siti Malikhatus, *Aspek Hukum Perjanjian Franchise*, (Semarang: Trimedia Pratama, 2019), h. 3-4.

berteknologi. Ini karena kita manusia tidak bisa menolak perkembangan teknologi. Karena jika menolak perkembangan teknologi kita akan tertinggal.

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, serta munculnya globalisasi mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia termasuk kegiatan sehari-hari. Salah satu bidang yang terpengaruh adalah bidang perekonomian, khususnya bisnis. Dewasa saat ini mengembangkan banyak sekali model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak diminati saat ini adalah *franchise* atau waralaba.

Perkembangan *franchise* dalam dekade terakhir ini atau sering disebut era globalisasi, batas non fisik antar negara semakin sulit untuk membedakannya bahkan cenderung tanpa batas (*borderless state*). Globalisasi membawa dampak yang sangat besar di semua bidang tidak terkecuali di bidang ekonomi. Perkembangan sangat pesat terjadi dalam bidang perdagangan dan jasa salah satunya adalah bisnis *franchise*. Bisnis usaha ini tumbuh subur di Indonesia baik asing maupun lokal. Cepatnya perkembangan dan suksesnya bisnis *franchise* ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling mendasar adalah bahwa *franchise* merupakan kombinasi dari pengetahuan dan kekuatan satu usaha bisnis yang sudah ada atau mapan.

Bisnis *franchise* menjadi saingan dan tantangan bagi para pengusaha besar.¹² *Franchise* atau waralaba merupakan bentuk hubungan pertukaran dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya memiliki kesepakatan secara komersial bergantung pada masing-masing dan menciptakan 'aksi keras dan ringan' yang berkelanjutan di antara mereka.¹³ Sistem *franchise* memberikan berbagai keuntungan bagi orang yang membeli sistem tersebut. Keuntungan tersebut seperti merek bisnis, logo, pemasaran, cara produksi, *brand name*, sistem bisnis juga telah terbangun dari awal dan masih banyak lagi keunggulan lainnya. Model bisnis franchise dapat menciptakan peluang bagi pengusaha kecil menengah untuk berusaha, membuka lapangan pekerjaan, dan dapat menjadi salah satu jalan dalam meningkatkan perekonomian.¹⁴

Bellman mengartikan model bisnis sebagai sebuah gambaran dari organisasi mengenai bagaimana mereka menciptakan atau membuat *deliver* dan menangkap *value* yang temporal diawal dengan konsep teori.¹⁵

¹² Mohammad Idil Ghufro dan Inas Fahmiah, "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Volume 3., No. 1., (2019), h.130-148.

¹³ Prihandono, D, et.al., "Franchise Business Sustainability Model : Role of Conflict Risk Management in Indonesian Franchise Business" dalam *Problems and Perspectives in Management*, Volume 19., No 3., (2021).

¹⁴ Badriyah dan Siti Malikhatus, *loc.cit*.

¹⁵ Suhairi, "Persepsi Model Bisnis Pengembangan Kolaborasi Masa Depan" dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 9, No. 1, (2022).

Sedangkan Baden, Fuller & Morgan menjelaskan bahwa model bisnis merupakan konsep sistem pemecahan akan solusi melalui identitas konsumen yang terlibat dalam kebutuhan, memberikan kepuasan dan menghasilkan nilai.¹⁶

Franchise (waralaba) merupakan sebuah model bisnis yang memungkinkan perusahaan yang mapan untuk tumbuh dan berkembang secara geografis dan untuk pengusaha pemula, *franchise* dapat memungkinkan mereka untuk membuka usaha baru.¹⁷ Sementara Brace Webster juga mengemukakan ada tiga jenis waralaba atau *franchise*.¹⁸ Pertama *product franchising*, yang mana *franchisee* akan diberikan lisensi oleh *franchisor* dalam menjual barang yang dihasilkannya. Kedua *manufacturing franchises*, *franchisor* akan memberikan pengetahuan dan bagaimana akan proses produksi dan *franchisee* akan memasarkan barang dengan standar produksi merek sesuai dengan *franchisor*. Ketiga format bisnis *franchisor*, dimana *franchisee* melakukan kegiatan bisnis dengan atas nama *franchisor*. *Franchisee* juga harus mengikuti pendekatan standar *franchisor* untuk mengoperasikan dan mengawasi penggunaan bahan, lokasi bisnis, persyaratan kerja karyawan, dan masih banyak lagi.

Franchise atau waralaba adalah sebuah pengaturan bisnis yang berkembang saat ini di era globalisasi yang bertujuan komersial alih teknologi (*transfer of technology*) dilakukan dengan sistem *franchise* ataupun distribusi barang atau jasa yang dilakukan di bidang hak kekayaan intelektual seperti paten, merek, rahasia dagang, desain industri dan lain sebagainya. Menurut penulis bahwa upaya melakukan transfer teknologi atau alih teknologi sebagai dasar masuknya pengaturan hak kekayaan intelektual di Indonesia sampai saat ini belum tercapai sebagaimana yang diharapkan, sebaliknya Indonesia dijadikan sebagai pasar dari produk-produk negara maju sehingga perlu peningkatan dari para individu-individu kreatif dalam persaingan di bidang usaha khususnya di bidang hak atas kekayaan intelektual. Bentuk bisnis *franchise* bagaimanapun juga bentuknya bertujuan memperpanjang atau memperlebar dunia bisnis dan industri. Hal ini tidak dapat disamakan dengan bisnis penyewaan seragam (*formalwear*), dokter gigi, singkatnya aktivitas ini dapat digunakan di banyak kegiatan ekonomis di

¹⁶ Charles Baden-Fuller dan Stefan Haefliger, "Business Models and Technological Innovation" dalam *Long Range Planning*, Volume 46., No. 6., (2020).

¹⁷ Erceg Aleksandar, et.al., "Evaluation of Franchise System Website : The Evidence from Croatia" dalam *Engineering management in production and Services*, Volume 13., No. 1., (2021).

¹⁸ Nasrullah, "Royalti Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam" dalam *Jurnal Hukum*, Volume 1., No. 2., (2021).

mana sistemnya terbentuk karena adanya manufaktur, proses dan/atau distribusi barang-barang atau usaha pemberian jasa.

Franchise merupakan bisnis dengan konsep kerjasama kemitraan. Kemitraan tersebut bertujuan untuk mencari keuntungan bersama. Kerjasama ini memiliki keterikatan yang berupa perjanjian bersama yang wajib dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Terdapat beberapa konsep penting dari perjanjian bisnis *franchise* paket bisnis pengujian pasar, pembiayaan *franchise* dan bisnis *franchise*.¹⁹

Dalam menjalankan bisnis *franchise*, *franchisor* akan mendapatkan *brand name*, dukungan dalam operasi dan sistem bisnis. Dalam perjanjian bisnis *franchise*, *franchisee* akan mendapatkan beberapa hak. *Franchisee* berhak mendapatkan nama merek dagang dan segala jenis teknis yang diterimanya sesuai yang tercantum dalam perjanjian. Selain itu, *franchisee* akan mendapat pembinaan khusus dalam bidang usaha dengan membeli keseluruhan terhadap *franchisor* (*franchise fee*).²⁰ Ada tiga jenis bisnis *franchise* menurut Isradjuningtias, yaitu pertama, *trade name franchising*, pada sistem ini *franchisee* diperbolehkan untuk menggunakan nama merek dari *franchisor*, akan tetapi *franchisee* tidak diperbolehkan untuk melakukan distribusi produk tertentu dengan menggunakan nama *franchisor*. Yang kedua, *product Distribution Franchising*, melalui distribusi selektif dan terbatas, *franchisee* akan diizinkan untuk melakukan penjualan produknya dengan menggunakan nama dagang *franchisor*. Yang ketiga yaitu *franchise pure franchising*, merupakan sistem waralaba yang mana *franchisor* menyediakan format *franchise* yang lengkap. Sedangkan di Indonesia sendiri, terdapat empat jenis sistem *franchise* yang sering digunakan. Menurut Charles L. Vanghn, yaitu *franchise* sistem bisnis format, *franchise* bagi keuntungan, *franchise* kerjasama investasi, *franchise* merek dagang.²¹

Dalam perjanjian waralaba Run Run yang mereka sepakati, ada hal yang mengatur mengenai batas waktu pembelian bahan baku, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 Ayat (2) dan (3) Perjanjian Waralaba Run Run yang menyatakan bahwa:

“Apabila setelah kurun waktu minimal 3 bulan pihak kedua tidak melakukan pemesanan bahan baku maka pihak pertama berhak memberi teguran. Dan apabila dalam kurun waktu minimal 6 bulan pihak kedua masih

¹⁹ Prihandono, D, et.al., *loc.cit.*

²⁰ Mohammad Idil Ghufron dan Inas Fahmiyah, *loc.cit.*

²¹ Prabowo, M.S dan Muhyidin, M, “Analisis Praktik Bisnis Waralaba dalam perspektif Persaingan Usaha (Studi Komparatif Salbel Lombok Resto dan Rocket Chicken Kota Brebes)”, dalam *Jurnal Ilmiah Hukum*, Volume 14., No. 1., (2021).

tidak melakukan pemesanan bahan baku, maka lokasi dalam radius 1 Km dari outlet pihak kedua berhak ditempati oleh calon mitra lain”.

Hal ini dibenarkan oleh pihak kedua sebagai berikut:

“Iya benar ada perjanjian khusus yang kami sepakati. Itu adalah dimana kami hanya boleh memesan bahan dari Run Run saja. Jadi dalam setiap tiga bulan harus memesan bahan bakunya”.²²

Penerima waralaba (*franchisee*) membeli bahan baku dari pemberi waralaba (*franchisor*) ketika sudah masa tenggang dan hanya sebagai formalitas saja. Atas tindakan yang dilakukan oleh si penerima waralaba (*franchisee*) dapat dikatakan telah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian yang telah mereka sepakati.

Penerima waralaba Run Run menyepakati perjanjian waralaba yang dibuat oleh pemberi waralaba yang mana isi dari perjanjian waralaba itu salah satunya mengatur mengenai penggunaan bahan baku yang digunakan dalam penyajian minuman Run Run tersebut, bahan baku yang wajib digunakan adalah bahan baku yang telah disediakan oleh pihak pemberi waralaba (*franchisor*), sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 4 Ayat (1) Perjanjian Waralaba Run Run yang berbunyi:

“Setuju bahwa pihak kedua hanya membeli dan menggunakan bahan baku yang disediakan langsung dari pihak pertama”.

Salah satu *outlet* waralaba minuman dengan merek Run Run di daerah Tapung memiliki rasa yang berbeda namun dengan nama rasa yang sama. Ketika ditelusuri ternyata penerima waralaba (*franchisee*) yang terletak di daerah Tapung tersebut tidak memakai bahan baku bubuk rasa yang telah disediakan dari pihak pemberi waralabanya (*franchisor*).

Salah satu substansi dan isi dari perjanjian *franchise* (waralaba) adalah perjanjian tentang penggunaan merek dagang. Sejalan dengan rumusan pengertian *franchise* yang ditentukan dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyebutkan bahwa : “ 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”.

Upaya Penyelesaian Dalam Perjanjian Franchise Run Run Di Daerah Riau

Dari penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa bentuk penyelesaian perjanjian *franchise* Run Run adalah non litigasi. penyelesaian melalui non-litigasi merupakan proses penyelesaian sengketa yang dilakukan

²² Hasil Wawancara Bersama Franchisor Run-Run.

di luar persidangan atau sering disebut dengan alternatif penyelesaian perjanjian.

Dalam bidang bisnis, *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh oleh seorang pengusaha untuk menjalankan usahanya sendiri di wilayah tertentu dan dalam bentuk tertentu.²³ Waralaba merupakan 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. Pemanfaatan keahlian berbisnis oleh pihak lain dalam perjanjian waralaba yang tersebut, hari-hari ini banyak diminati oleh masyarakat Riau.

Untuk memasyarakatkan sistem keterkaitan usaha dalam bidang pemasaran di Riau di pandang perlu untuk mencari suatu persamaan kata yang lebih mudah dipakai, dibaca, diucapkan dan berakar pada kata-kata yang lazim di gunakan di Riau. Oleh karena itu istilah lebih dikenal dengan istilah waralaba.

Franchise (waralaba) secara yuridis baru dikenal pada tahun 1997, dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 tahun 1997. Peraturan ini sudah dicabut dan diganti dengan berlakunya PP No. 42 Tahun 2007. Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa: Waralaba (*franchise*) 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.

Menurut Faisal santiago, *franchise* pada dasarnya mengandung elemen-elemen pokok, sebagai berikut:

- a. *Franchisor*
- b. *Franchisee*
- c. Adanya penyerahan hak-hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual/hak milik perindustrian) dari *franchisor* kepada *franchisee*;
- d. Adanya penetapan wilayah tertentu, *franchise area* dimana *franchisee* diberikan hak beroperasi di wilayah tertentu.
- e. Adanya imbal prestasi dari *franchisee* kepada *franchisor* yang berupa *initial fee* dan *royalties* serta biaya-biaya lain yang disepakati oleh kedua belah;
- f. Adanya standar mutu yang ditetapkan oleh *franchisor* bagi *franchisee*, serta supervisi secara berkala dalam rangka mempertahankan mutu.

²³ Yustian Ismail, *Pengembangan Franchise dan larangan Ritel besar masuk Kabupaten*, (Business News, 1997), h. 3.

- g. Adanya pelatihan secara awal, pelatihan berkesinambungan, yang diselenggarakan oleh *franchisor* guna peningkatan ketrampilan.

Sebagaimana perjanjian-perjanjian lainnya di Indonesia yang menganut asas konsensualisme, maka perjanjian *franchise* terjadinya sejak ada kesepakatan. Sejak itulah lahir perikatan antara para pihak dalam perjanjian *franchise*, yaitu munculnya hubungan hukum antara para pihak yang menimbulkan hak dan kewajiban dalam suatu prestasi. Adapun pihak-pihak dalam perjanjian *franchise* adalah sebagai berikut:

- a. Pemberi waralaba (*franchisor*) yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba
- b. Penerima waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba (Pasal 1 angka 2 dan 3 PP Nomor 42 Tahun 2007).

Franchise ini menimbulkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus dari pemilikinya. Yang dimaksud dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi. Ketentuan tersebut di atas membawa implikasi bahwa *franchise* ada kemiripan dengan lisensi (hak atas kekayaan intelektual) khususnya yang berhubungan dengan *franchise* nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu. Hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk *franchise* dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan *franchise* sebagai format bisnis.²⁴

Dengan demikian dapat diketahui bahwa *franchise* tidak diberikan secara cuma-cuma, tetapi selalu ada imbalan tertentu. Berdasarkan pada kompensasi yang dapat diberikan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ada dua jenis *franchise*, yaitu:²⁵

- a. Kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*)
- b. Kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and*

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Gunawan Widjaya, *loc.cit.*

non monetary compensation), misalnya *lumpsum payment (pre calculated amount)* dan royalti.

Perjanjian waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit (Pasal 5 PP 42 tahun 2007):

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis hak kekayaan intelektual;
- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan; Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris
- i. Penyelesaian sengketa; dan
- j. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian *franchise* pada umumnya dibuat dalam bentuk baku, yaitu suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh pihak *franchisor*. Sebagai pembuat perjanjian seringkali *franchisor* menentukan klausula yang lebih menekankan kewajiban *franchisee* daripada haknya, dan sebaliknya lebih menekankan pada hak *franchisor* daripada kewajibannya. Meskipun demikian, sampai saat ini belum ada undang-undang yang mengatur secara khusus tentang perjanjian *franchise*.

Disetujuinya dan ditandatanganinya perjanjian *franchise* maka secara otomatis timbullah/lahirlah hubungan hukum pada kedua belah pihak yang berupa hak dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Hak merupakan sesuatu yang mutlak menjadi milik seseorang dan penggunaannya tergantung kepada orang tersebut, sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang wajib dilaksanakan, keharusan (sesuatu hal yang harus dilaksanakan). Berkaitan dengan hak dan kewajiban dalam perjanjian *franchise* (waralaba) Run Run di kecamatan tapung, dapat dijelaskan sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian masing-masing bidang usaha *franchise* (waralaba). Secara umum, hak dan kewajiban para pihak tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kewajiban *franchisor* Run Run;

- a. Memberikan panduan operasional pengelolaan kepada *franchisee* dan menyediakan secara cuma-cuma pengetahuan tentang manajemen pengelolaan dan teknik-tehnik lain yang dimiliki oleh *franchisor*;
 - b. Menyediakan desain interior, pelatih dan materi pelatihan untuk para pekerja restoran *franchisee* atas biaya *franchisor* sendiri;
 - c. Menyelenggarakan program pelatihan untuk *franchisee* secara berkesinambungan dan berkala paling sedikit 2 (dua) kali dalam setahun atau tergantung perjanjian;
 - d. Memberikan konsultasi gratis kepada *franchisee* apabila restoran *franchisee* berada dalam keadaan kritis yang dapat menyebabkan tutupnya atau berhentinya bisnis restoran *franchisee*;
 - e. Memberikan rekomendasi kepada pihak perbankan/lembaga keuangan guna membantu *franchisee* memperoleh pinjaman untuk pengembangan *outlet* nya.
2. Sedangkan kewajiban *franchisee outlet* waralaba Run Run, sebagaimana adalah sebagai berikut :
- a. Membayar *franchise fee* sebagai imbalan kepada *franchisor*;
 - b. Seluruh biaya untuk pengadaan perabotan untuk keperluan menjalankan usaha serta bahan-bahan baku pembuatan menu yang sesuai dengan standar *franchisor* serta biaya-biaya lain seperti pengurusan perizinan atas pembukaan dan pengoperasian restoran menjadi tanggungan *franchisee* sendiri;
 - c. Pengadaan brosur, kartu nama, formulir, kwitansi, seragam, bahan atau alat promosi dan benda-benda lain yang diperlukan untuk menunjang usaha, *franchisee* sepakat untuk membeli dari *franchisor* atas biaya *franchisee*;
 - d. *Franchisee* atau pekerja yang dipekerjakan oleh *franchisee* pada usaha *franchisee* wajib mengikuti program pelatihan dan kerja praktek yang diselenggarakan *franchisor* atas biaya *franchisee*.

Salah satu alasan utama para pihak lebih memilih proses *ADR* adalah bahwa, tidak seperti litigasi adversarial, prosedur *ADR* seringkali bersifat kolaboratif dan memungkinkan para pihak untuk memahami posisi masing-masing. *ADR* juga memungkinkan para pihak untuk menghasilkan solusi yang lebih kreatif yang mungkin tidak diperbolehkan secara hukum oleh pengadilan. Beberapa jenis penyelesaian sengketa non-litigasi ini antara lain.

Pertama, arbitrase yakni sebuah proses yang mirip dengan persidangan informal di mana pihak ketiga yang tidak memihak mendengarkan setiap sisi dari suatu sengketa dan mengeluarkan keputusan;

para pihak mungkin setuju untuk memiliki keputusan yang mengikat atau tidak mengikat. Keputusan yang mengikat adalah keputusan yang harus dipatuhi oleh para pihak, apakah mereka setuju atau tidak; keputusan yang tidak mengikat adalah keputusan yang dapat diabaikan oleh para pihak. Arbiter adalah orang yang tidak memihak yang diberi kekuasaan untuk menyelesaikan perselisihan dengan mendengarkan masing-masing pihak dan mengambil keputusan.

Kedua, hearing yakni sebuah persidangan di mana bukti dan argumen disajikan, biasanya dilakukan kepada pembuat keputusan yang akan mengeluarkan keputusan. Dalam hal ini pihak hakim atau arbiter mendengarkan keterangan dari para pihak dan juga saksi. Ketiga, mediasi yakni proses kolaboratif di mana seorang mediator bekerja dengan para pihak untuk mencapai solusi yang disepakati bersama.

KESIMPULAN

Pelaksanaan perjanjian *franchise* (waralaba) Run Run di Provinsi Riau berjalan secara baik dengan pengertian bahwa para pihak sudah melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka dalam perjanjian *franchise* sebagaimana mestinya, sebagaimana yang tercantum dalam beberapa pasal yang mengatur mengenai kewajiban pihak *franchise*, namun terdapat tindakan wanprestasi dalam penggunaan bahan baku yang dilakukan oleh *outlet* waralaba Run Run yang disebabkan oleh faktor biaya pengiriman dari daerah asal *franchisor* Run Run.

Dari penelitian yang dilakukan, ditemukan upaya penyelesaian wanprestasi dalam perjanjian *franchise* Run Run di Provinsi Riau adalah menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*. *Alternative Dispute Resolution (ADR)* adalah prosedur penyelesaian sengketa tanpa litigasi, seperti arbitrase, mediasi, atau negosiasi. Prosedur *ADR* biasanya lebih murah dan lebih cepat. Model penyelesaian sengketa ini semakin sering digunakan dalam perselisihan, termasuk perselisihan perburuhan, tindakan perceraian, dan klaim cedera pribadi.

REFERENSI

- Amir Karamoy, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Umum, 2011)
- Badriyah dan Siti Malikhatun. *Aspek Hukum Perjanjian Franchise*, Semarang : Trimedia Pratama, 2019.
- Bella Katrinasari, "Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalti Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba" dalam *Privat Law*, Volume V., No. 1., (2017)

- Charles Baden-Fuller dan Stefan Haefliger, "Business Models and Technological Innovation" dalam *Long Range Planning*, Volume 46., No. 6., (2020).
- Erceg Aleksandar, et.al., "Evaluation of Franchise System Website : The Evidence from Croatia" dalam *Engineering management in production and Services*, Volume 13., No. 1., (2021).
- Gunawan Widjaja. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, Jakarta: Raja Grafindo, 2003.
- Kenneth De Lara Lim, et.al., "Akibat Hukum Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina di Kota Denpasar" dalam *Jurnal Interpretasi Hukum*, Volume 1., No. 1., (2020)
- Marselo V. G. Pariela, "Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba" dalam *Jurnal Sesi*, Volume 23., No. 1., (2017)
- Mohammad Idil Ghufro dan Inas Fahmiah, "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Volume 3., No. 1., (2019)
- Nasrullah, "Royalti Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam" dalam *Jurnal Hukum*, Volume 1., No. 2., (2021).
- Niru Anita Sinaga, "Wanprestasi dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian", dalam *Jurnal Mitra Manajemen*, Volume 7., No. 2., (2015),
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
- Prabowo, M.S dan Muhyidin, M, "Analisis Praktik Bisnis Waralaba dalam perspektif Persaingan Usaha (Studi Komparatif Salbel Lombok Resto dan Rocket Chicken Kota Brebes)", dalam *Jurnal Ilmiah Hukum*, Volume 14., No. 1., (2021).
- Prihandono, D, et.al., "Franchise Business Sustainability Model: Role of Conflict Risk Management in Indonesian Franchise Business" dalam *Problems and Perspectives in Management*, Volume 19., No 3., (2021).
- Suhairi, "Persepsi Model Bisnis Pengembangan Kolaborasi Masa Depan" dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 9, No. 1, (2022).
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Wawancara Bersama Franchisor Run-Run.
- Yahya Harahap. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1986.
- Yustian Ismail, *Pengembangan Franchise dan larangan Ritel besar masuk Kabupaten*, (Business News, 1997).