

Tinjauan Yuridis terhadap Perjanjian Kerjasama untuk Menjalankan Perniagaan Rumah Makan A untuk Keseragaman (*Uniformity*) Rasa Dihubungkan dengan Ciri Khas Usaha dan Perjanjian Waralaba Makanan pada Umumnya

A Juridical Perspective of a Cooperative Agreement to Operate Restaurant Business A
for The Uniformity of Flavors Linked to Typical Business and General Food Franchise
Agreements

¹Maulita, ²H.M. Faiz Mufidi

^{1,2}Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email: ¹maulita.aqila@yahoo.com

Abstract. The background of this research is based on first of all by, the use of type of cooperative agreement on franchise business. Whereas regarding the franchise agreement is already regulated by the laws and regulations in Article 4 of Government Regulation no. 42 of 2007 on franchising. That the franchise is held under a written agreement between the Franchisor, which is basically a franchise agreement are one aspect of legal protection that regulates all forms of activities related to franchising. The second background is about setting uniformity of flavors in the cooperation agreement since a franchise requires a uniformity of flavors. This study aims to determine how the essence of the use of the type of cooperation agreement on a franchise business by looking at the characteristics of the franchise agreement and knowing how the parties regulate the uniformity of flavors on the agreement itself.

Keyword : Franchise Agreement, Uniformity of Taste.

Asbtrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertama, penggunaan jenis perjanjian kerjasama pada usaha waralaba. Padahal mengenai perjanjian waralaba tersebut telah diatur oleh peraturan perundang-undangan dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba. pada dasarnya perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum yang mengatur segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan waralaba. Latar belakang kedua yakni mengenai pengaturan keseragaman rasa pada perjanjian kerjasama tersebut. Karena dalam waralaba menuntut adanya keseragaman rasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana esensi penggunaan jenis perjanjian kerjasama pada usaha waralaba dengan melihat ciri-ciri dari perjanjian waralaba dan mengetahui bagaimanakah para pihak mengatur mengenai keseragaman rasa pada perjanjian kerjasama tersebut.

Kata Kunci: Perjanjian Waralaba, Keseragaman Rasa.

A. Pendahuluan

Menurut Pasal 1313 Kitab Undang Undang Hukum Perdata pengertian perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian atau kontrak di dalam sistem *civil law* dikenal dengan kontrak bernama dan kontrak tidak bernama. Kontrak bernama (*contractus nominat, named contract, benoemde overeenkomst*) adalah kontrak-kontrak atau perjanjian-perjanjian yang namanya telah ditentukan secara pasti oleh kodifikasi (kitab undang-undang). Kontrak semacam ini secara rinci substansi atau isi kontrak telah diatur dalam KUHPdt. Kontrak semacam ini adalah jenis kontrak yang paling banyak dipakai oleh masyarakat seperti jual beli, sewa-menyewa dan tukar menukar.¹

Seiring dengan perkembangan zaman hubungan-hubungan hukum yang dilakukan tersebut, tidaklah cukup tersedia sebagaimana diatur dalam Bab V sampai

¹ Ridwan Khairandy, *op. cit.*, Hlm 76.

dengan Bab XVIII Kitab Undang-Undang Hukum Perdata² yang hanya mengatur 15 jenis perjanjian. Dalam prakteknya banyak perjanjian-perjanjian baru yang timbul, tumbuh, dan berkembang yang pengaturannya tidak ditemukan dalam KUHPdt yang kemudian disebut dengan perjanjian *innominat*³. Seperti kontrak *production sharing*, *joint venture*, *leasing*, *franchise*.⁴ Sejalan dengan itu berkembang pula jenis perjanjian baru yakni perjanjian kerjasama yang dilakukukan dalam rangka membuka cabang rumah makan yang juga tidak diatur oleh KUHPdt.

Dalam perjanjian kerjasama tersebut yang mengatur mengenai perjanjian kerjasama untuk membuka rumah makan baru terdiri dari para pihak yakni pertama X dan Y terhadap pihak kedua Z tersebut para pihak mempunyai hak dan kewajibannya. Adapun Hak dan kewajiban tersebut sepertinya memiliki kemiripan dengan perjanjian waralaba yakni mengenai ketentuan penggunaan logo dan merek dagang, serta penggunaan bahan-bahan yang menunjukkan ciri khas usaha. Berlakunya Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba (yang diganti menjadi Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba) dan Peraturan Menteri Perdagangan No.12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba mewajibkan pihak-pihak yang terlibat dalam system waralaba melakukan perjanjian waralaba. Tentunya di dalam membuat suatu perjanjian waralaba haruslah didahului dengan kata sepakat yang gunanya untuk mengatur hak-hak dan kewajiban para pihak.⁵ mengenai permasalahan ini penulis membuat rumusan masalah yaitu “Bagaimanakah esensi perjanjian kerjasama dihubungkan dengan ciri-ciri perjanjian waralaba?” dan “Bagaimanakah jaminan keseragaman rasa pada perjanjian kerjasama dihubungkan dengan ciri khas usaha pada usaha waralaba ?”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan penulis dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui esensi perjanjian kerjasama yang dihubungkan dengan ciri-ciri perjanjian waralaba
2. Untuk mengetahui jaminan kesamaan rasa pada perjanjian kerjasama dengan dihubungkan dengan ciri khas usaha dan jaminan kualitas produk.

C. Landasan Teori

Pengertian Waralaba

Secara khusus pengaturan mengenai waralaba di Indonesia terdapat dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba⁶:

“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”.

Definisi waralaba juga diberikan oleh Institut Pendidikan dan Manajemen yang anatara lain mendefinisikan waralaba sebagai berikut “Waralaba adalah suatu system pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (pemberi

² Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya oleh penulis disebut dengan KUHPdt dalam penulisan ini.

³ Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, Hlm 1.

⁴ *Ibid.*

⁵ Adrian Sutedi, *Perkembangan Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, Hlm 80.

⁶ Lihat PP No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, Pasal 1.

waralaba) memberikan hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha dengan cara, waktu, dan lokasi tertentu kepada individu atau perusahaan lain (penerima waralaba) yang berskala kecil dan menengah”.

Perjanjian *Innominaat* (perjanjian tidak bernama)

Jenis perjanjian tidak bernama ini diatur dalam Buku III KUHPdt, hanya ada satu pasal yang mengatur tentang perjanjian *innominaat*, yaitu pasal 1319 KUHPdt yang berbunyi : “*semua perjanjian baik yang mempunyai nama khusus maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab lalu*”. Ketentuan ini mengisyaratkan bahwa perjanjian, baik yang mempunyai nama dalam KUHPdt maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu tunduk pada Buku III KUHPdt. Dengan demikian, para pihak yang mengadakan kontrak *innominaat* tidak hanya tunduk pada berbagai peraturan yang mengaturnya, tetapi para pihak juga tunduk pada ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam KUHPdt

Perjanjian Waralaba

Secara khusus mengenai syarat lainnya mengenai sahnya perjanjian waralaba diatur dalam Pasal 4 PP No. 42 Tahun 2007, yakni:

“*Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia*”.⁷

Dalam Pasal 5 PP No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit :

1. Nama dan alamat para pihak;
2. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
3. Kegiatan Usaha;
4. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional,
5. Pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
6. Wilayah usaha;
7. Jangka waktu perjanjian;
8. Tata cara pembayaran imbalan;
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
10. Penyelesaian sengketa;
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Ciri Khas Usaha Bagi Terjaminnya Keseragaman Rasa (*Uniformity Taste*) Dalam Bisnis Waralaba

Pada Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba pasal 3 huruf a yang dimaksud dengan “ciri khas usaha” adalah suatu yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha jenis lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas yang dimaksud. Misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi waralaba.⁸ Dalam perjanjian waralaba makanan sebagaimana dinyatakan terdahulu terdapat kewajiban pemberi waralaba untuk tidak membuat menjual, atau mengiklankan produk-produk yang belum disetujui pemberi waralaba. Dalam kamus besar bahasa Indonesia

⁷ Lihat Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁸ Lihat Penjelasan Pada Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 3 Huruf A

keseragaman/ke-se-ra-gam-an/ n perihal seragam; keadaan seragam.⁹

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi pokok pembahasan ialah mengenai penggunaan jenis perjanjian kerjasama pada bisnis waralaba. Berdasarkan buku III KUHPdt pasal 1319¹⁰ “semua perjanjian baik yang mempunyai nama khusus maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab lalu”. sehingga perjanjian-perjanjian yang namanya tidak disebutkan dalam jenis perjanjian yang diatur oleh KUHPdt dikenal dengan istilah perjanjian *nominaat* (perjanjian tidak bernama). Seperti contoh perjanjian kerjasama, perjanjian lisensi dan perjanjian waralaba. karena ketiga jenis perjanjian tersebut merupakan perjanjian baru. Oleh karena itu pengaturannya tunduk pada ketentuan umum mengenai perjanjian sebagai dasar hukum dan peraturan perundang-undangan lainnya. Agar suatu perjanjian dapat dianggap sah, para pihak dalam perjanjian tersebut haruslah memenuhi ke-4 syarat yang telah ditentukan oleh KUHPdt. Dalam KUHPdt dengan tegas dinyatakan bahwa kontrak yang telah dibuat secara sah oleh para pihak mengikat mereka sebagai undang-undang. Ketentuan tersebut memberikan kebebasan bagi para pihak, mereka dapat membuat ketentuan sendiri yang dapat mengikat kedua pihak agar terdapat kepastian hukum.¹¹ Berlakunya asas kebebasan berkontrak pasal 1338 KUHPdt yang mengandung pengertian bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk membuat perjanjian sesuai dengan keinginannya dan kebutuhan dari para pihak yang terkait didalamnya, selama perjanjian tersebut tidak melanggar undang-undang dan kepentingan umum.

Berkaitan dengan judul “ Keseragaman rasa (*uniformity taste*) dan jaminan kualitas produk” pada bisnis waralaba, keseragaman rasa sangat berkaitan erat dengan ciri khas usaha. Karena pada produk waralaba ciri khas tersebut merupakan suatu keistimewaan produk yang ditawarkan oleh pemberi waralaba. artinya produk tersebut haruslah memiliki ciri atau tanda pembeda dengan produk lainnya yang sejenis. Sehingga ketika calon penerima waralaba yang membuka cabang dari rumah makan asli pemilik waralaba haruslah memiliki keseragaman rasa atau kesamaan dengan produk pemberi waralaba bagi terciptanya kepuasan konsumen. Karena waralaba dibuat berdasarkan suatu perjanjian, maka pengaturan mengenai keseragaman rasa ini pun haruslah tercantum dan dipatuhi oleh para pihak yang membuat perjanjian. Adapun perjanjian kerjasama yang dibuat antar X, Y dan Z mengatur pula mengenai keseragaman rasa tersebut. Pasal 3 mengenai tanggung jawab pihak pertama, huruf :

i. menyediakan dan mengantar ke Malaysia dan Singapura bahan-bahan mentah dan bahan-bahan siap proses yang diperlukan sebagai bumbu dan resep untuk produksi makanan sesuai kebutuhan menu yang telah ditetapkan dengan standar dan kualitas yang dapat menjamin kesamaan rasa hidangan rumah makan A yang asli.

E. Simpulan

Dari perumusan masalah yang penulis kemukakan serta pembahasannya, baik berdasarkan teori maupun berdasarkan data yang penulis dapatkan di lapangan, maka penulis dapat mengambil simpulan sebagai berikut

1. Rumah makan A tersebut termasuk bisnis waralaba karena karakteristik waralaba telah terpenuhi berdasarkan pasal 3 huruf (a,b,c,d,e,f,) PP No.42 tahun 2007.

⁹ Arti Kata Ragam, <http://kbbi.web.id/ragam> Diakses pada 11 januari 2016.

¹⁰ Lihat Pasal 1319 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹¹ M. Faiz, *op.cit*, Hlm 7.

Dapat dilihat dari ciri khas usaha yang terletak pada ragam produk yang disajikan, memberikan keuntungan dengan pembukaan cabang di seluruh Indonesia, terbukti memiliki standar pelayanan yang termuat dalam standar operasional produk (SOP), adanya hak kekayaan intelektual yang telah didaftarkan yakni merek dari produk tersebut. Karena waralaba dibuat berdasarkan perjanjian maka perjanjian waralaba termasuk kedalam perjanjian *innominaat* (perjanjian tidak bernama) karena pengaturannya tidak terdapat kedalam jenis perjanjian yang diatur oleh KUHPdt. Mengenai esensi dari perjanjian kerjasama tersebut menurut hemat penulis dirasa kurang tepat, karena penggunaan kata kerjasama yang memiliki nama kurang jelas atau tidak merujuk pada kerjasama apa (spesifik) padahal jika dilihat keseluruhan isi perjanjian nya berisikan klausul yang mirip dengan perjanjian waralaba. tetapi tetap sah menurut hukum. Ini didasarkan pada pasal 1320 mengenai syarat-syarat sahnya suatu perjanjian dimana ke-4 (empat) syarat tersebut telah terpenuhi. Juga beraitan dengan pasal 1338 KUHPdt mengenai asas kebebasan berkontrak menurut asas ini bahwa semu perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

2. Mengenai keseragaman rasa yang menjadi jaminan bagi konsumen atas terjaganya kualitas produk pun telah dipenuhi oleh rumah makan A ini. Karena di dalam perjanjian kerjasamanya tersebut telah ditentukan mengenai penggunaan bahan-bahan yang hendak digunakan. Seperti yang tercantum pada Pasal 3 mengenai tanggung jawab pihak pertama, huruf (i): menyediakan dan mengantar ke Malaysia dan Singapura bahan-bahan mentah dan bahan-bahan siap proses yang diperlukan sebagai bumbu dan resep untuk produksi makanan sesuai kebutuhan menu yang telah ditetapkan dengan standar dan kualitas yang dapat menjamin kesamaan rasa hidangan rumah makan A yang asli.

F. Saran

Rumah makan A sebaiknya menggunakan jenis perjanjian waralaba pada calon penerima waralaba yang berminat pada usahanya tersebut. Karena pengaturan mengenai perjanjian waralaba telah diatur sebagaimana pada BAB III perjanjian waralaba pasal 4 ayat 1 bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. juga mengenai klausulnya tersebut telah dijelaskan oleh pasal 5. Oleh karena itu sebaiknya menggunakan perjanjian waralaba.

Mengenai keseragaman rasa dan jaminan kualitas produk dari rumah makan A untuk harus selalu dijaga. Agar rumah makan A tidak kehilangan identitasnya juga konsumen akan selalu merasa puas atas produk yang dibuat oleh Rumah makan A. ini juga berkaitan dengan calon penerima waralaba yang akan membeli produk waralaba tersebut.

Daftar Pustaka

Buku:

Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Persepektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta..

Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010.

Karya Ilmiah:

M. Faiz Mufidi, *“Perjanjian Alih Teknologi Dalam Perjanjian Franchise Sebagai Sarana*

*Pengembangan Usaha Nasional Dalam Pengembangan Hukum Ekonomi”,
Disertasi Doktor, Universitas Padjajaran, Bandung, 2008, Hlm 196*

Sumber Lainnya:

Arti Kata Ragam, <http://kbbi.web.id/ragam>

Peraturan perundang-undangan :

Kitab undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

