

Aspek Hukum Waralaba dan Permasalahannya di Indonesia

Moh Rivai Arisandi

¹ Hukum, Hukum, Universitas Tarumanegara, Indonesia.

*E-mail Korespondensi: moh.207251018@stu.untar.ac.id

Abstrak

Prinsip dan tujuan penulisan ini untuk memahami dan mengetahui bagaimana kegiatan perusahaan waralaba Indonesia serta permasalahannya ditinjau dari perspektif hukum positif. Konsep bisnis waralaba atau *Franchise* menjadi trendseller yang memberi warna berbeda pada dunia perekonomian dalam negeri. Agar Waralaba (Franchise) dapat berkembang dan menjadi embrio pertumbuhan ekonomi nasional, sehingga perlu adanya kepastian hukum yang mengikat bagi para pelaku bisnis tersebut baik bagi dari pemilik *Franchise* (*Franchisor*) maupun penerima franchise (*franchisee*), sehingga dalam menjalin Kerjasama waralaba antara pihak dibuat perjanjian tertulis yang berdasarkan aturan-aturan hukum yang berlaku. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif (*normative legal research*) dengan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, dan mengkaji sumber hukum dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan waralaba di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang cukup kuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 dan Permendag No 71 Tahun 2019, namun dalam praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan hukum, terutama terkait ketidakseimbangan posisi antara pemberi dan penerima waralaba yang sering menimbulkan perjanjian bersifat sepihak (*adhesi*) dan potensi wanprestasi. Penelitian ini menyimpulkan pelaksanaan waralaba di Indonesia belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Meskipun telah diatur secara jelas dalam Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 dan Permendag No. 71 Tahun 2019, masih banyak pelaku usaha yang kurang memahami substansi pengaturan tersebut dan lebih berorientasi pada keuntungan semata. Kondisi ini menyebabkan munculnya praktik-praktik yang menyimpang, seperti pemutusan perjanjian secara sepihak tanpa dasar hukum yang sah. Oleh karenanya, diperlukan peningkatan kesadaran hukum dan kepatuhan terhadap asas keadilan serta kepastian hukum dalam setiap pelaksanaan dan pengakhiran perjanjian waralaba.

Kata kunci: Waralaba (Franchise); Perjanjian Waralaba; Franchisor dan Franchisee; Kepastian Hukum; Wanprestasi;

Pendahuluan

Fenomena perkembangan bisnis waralaba di Indonesia tidak hanya mencerminkan dinamika ekonomi modern, tetapi juga menunjukkan perubahan sosial dan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada sistem bisnis praktis dan terstandarisasi. Dalam



OPEN ACCESS

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

konteks ekonomi nasional, waralaba telah menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah (UMKM), sekaligus membuka peluang kerja dan memperluas jaringan distribusi produk lokal. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, muncul berbagai persoalan sosial dan hukum seperti ketidakseimbangan posisi antara pemberi dan penerima waralaba, pemutusan hubungan usaha secara sepihak, hingga praktik wanprestasi yang merugikan salah satu pihak. Kondisi ini semakin kompleks dengan adanya perubahan regulasi, seperti terbitnya Peraturan Pemerintah No 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan Permendag No 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, yang menuntut para pelaku usaha untuk memahami aspek hukum dalam setiap pelaksanaan perjanjian. Di tengah derasnya arus globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, muncul kebutuhan mendesak untuk memastikan bahwa sistem waralaba tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menjunjung tinggi asas keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan bagi para pihak, khususnya bagi penerima waralaba yang sering berada dalam posisi lemah secara kontraktual.

Berbagai literatur hukum dan ekonomi telah mengulas penyelenggaraan waralaba di Indonesia dari beragam perspektif. Menurut Abdulkadir Muhammad (2010), waralaba merupakan bentuk kerja sama bisnis yang berlandaskan asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata, namun dalam praktiknya sering kali hubungan antara franchisor dan franchisee tidak berjalan secara seimbang karena adanya perbedaan posisi tawar.¹ Pendapat serupa dikemukakan oleh Munir Fuady (2014) yang menegaskan bahwa perjanjian waralaba cenderung bersifat kontrak adhesi, di mana franchisor mendominasi seluruh ketentuan kontrak dan franchisee hanya memiliki ruang terbatas untuk bernegosiasi.² Sementara itu, Sri Redjeki Hartono (2017) menyatakan bahwa pengaturan hukum waralaba di Indonesia telah memberikan dasar normatif melalui peraturan pemerintah dan peraturan menteri, namun belum mengatur secara detail mekanisme penyelesaian sengketa dan bentuk tanggung jawab hukum apabila terjadi wanprestasi di antara para pihak.³

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa regulasi seperti Permendag Nomor 71 Tahun 2019 dan PP Nomor 35 Tahun 2024 sudah memberikan pedoman teknis bagi penyelenggaraan waralaba, tetapi belum mampu menjawab seluruh persoalan hukum di lapangan, terutama yang menyangkut pemutusan perjanjian sepihak,

¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 122.

² Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018), hlm. 87.

³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010);

penyalahgunaan lisensi, atau pelanggaran terhadap standar operasional yang berujung pada kerugian salah satu pihak.⁴ Keterbatasan utama dari penelitian-penelitian terdahulu adalah kurangnya analisis mendalam mengenai aspek tanggung jawab hukum *franchisee* dalam konteks wanprestasi, serta lemahnya kajian mengenai penerapan asas keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum waralaba.⁵

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif tanggung jawab hukum penerima waralaba (*franchisee*) yang tidak melaksanakan kewajibannya berdasarkan perjanjian waralaba, dengan meninjau dari perspektif hukum perdata dan regulasi khusus waralaba di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bermaksud untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab terjadinya wanprestasi dalam hubungan waralaba, serta merumuskan bentuk perlindungan hukum yang ideal bagi para pihak, khususnya bagi *franchisee* yang berada dalam posisi lemah secara kontraktual. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan hukum bisnis di Indonesia, serta menjadi acuan praktis dalam penyusunan dan pelaksanaan perjanjian waralaba yang adil dan seimbang.⁶

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan inti dari persoalan penyelenggaraan waralaba di Indonesia terletak pada ketidakseimbangan posisi hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Ketimpangan ini menimbulkan potensi terjadinya wanprestasi, baik karena pelanggaran terhadap isi perjanjian maupun karena kelemahan perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan. Dalam konteks tersebut, argumen utama penelitian ini adalah bahwa pengaturan dan pelaksanaan perjanjian waralaba di Indonesia belum sepenuhnya mencerminkan asas keadilan dan keseimbangan sebagaimana diamanatkan dalam hukum perjanjian perdata, sehingga diperlukan pembacaan ulang terhadap prinsip tanggung jawab hukum dalam hubungan kontraktual waralaba.⁷

⁴ Rini Setyawati, "Tanggung Jawab Penerima Waralaba terhadap Pelanggaran Perjanjian dalam Sistem Franchise di Indonesia," Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol. 51 No. 2 (2021): 228.

⁵ Munir Fuady, Kontrak dalam Dunia Bisnis, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014);

⁶ Lihat Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁷ Lihat Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) tentang asas pacta sunt servanda yang menegaskan kekuatan mengikat suatu perjanjian bagi para pihak.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa tidak efektifnya pelaksanaan perjanjian waralaba dan seringnya terjadi wanprestasi antara franchisor dan franchisee disebabkan oleh lemahnya pemahaman pelaku usaha terhadap substansi hukum waralaba serta minimnya pengawasan dan penegakan hukum dalam praktiknya. Oleh karena itu, penguatan mekanisme hukum yang menegaskan tanggung jawab hukum franchisee ketika tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana diatur dalam perjanjian, sekaligus penerapan prinsip perlindungan konsumen dan asas keadilan dalam kontrak waralaba, menjadi solusi yang harus diupayakan untuk menjamin kepastian hukum bagi para pihak dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan.⁸

Dengan memperhatikan kompleksitas hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee* serta lemahnya implementasi norma dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia, penelitian ini menjadi penting karena berupaya mengisi kekosongan kajian hukum mengenai tanggung jawab hukum penerima waralaba (*franchisee*) yang tidak melaksanakan kewajibannya sesuai perjanjian. Selama ini, fokus penelitian cenderung menyoroti tanggung jawab *franchisor*, sementara posisi franchisee sebagai subjek hukum yang juga memiliki kewajiban kontraktual belum banyak dibahas secara komprehensif. sehingga, penelitian ini memiliki kontribusi ilmiah dalam memperluas pemahaman mengenai penerapan asas keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum waralaba, serta menegaskan pentingnya perlindungan hukum yang bersifat dua arah, bukan hanya bagi penerima, tetapi juga bagi pemberi waralaba. Dengan pendekatan konseptual dan perundang-undangan, penelitian ini diharapkan mampu menawarkan model tanggung jawab hukum yang lebih proporsional, adil, dan aplikatif dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia, sekaligus menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha dalam mewujudkan sistem kemitraan bisnis yang berkeadilan dan berkelanjutan.⁹

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (*normative legal research*) dengan dukungan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan yuridis normatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengkajian norma-norma hukum positif yang mengatur hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dalam perjanjian waralaba, khususnya terkait bentuk dan batas tanggung jawab hukum *franchisee* yang tidak melaksanakan kewajibannya berdasarkan perjanjian. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami makna dan asas hukum yang mendasari hubungan kontraktual dalam sistem waralaba, seperti asas kebebasan berkontrak, asas keadilan, asas kepastian hukum, dan asas keseimbangan. Sedangkan pendekatan perundang-undangan digunakan dalam rangka menelaah dan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku, antara lain Kitab Undang-Undang

⁸ Bandingkan dengan pendapat Munir Fuady, *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 117–119, yang menekankan perlunya keseimbangan hak dan kewajiban dalam kontrak bisnis agar tidak menimbulkan ketidakadilan dalam pelaksanaannya.

⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 73.

Hukum Perdata (KUH Perdata), Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.¹⁰

Subjek penelitian dalam studi ini adalah norma-norma hukum, asas hukum, serta doktrin dan pandangan para ahli yang relevan dengan pelaksanaan dan pelanggaran perjanjian waralaba di Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kasus (*case study approach*) secara terbatas terhadap beberapa putusan pengadilan dan contoh kasus aktual yang menggambarkan sengketa antara *franchisor* dan *franchisee* terkait wanprestasi dalam perjanjian waralaba.¹¹

Prosedur penelitian meliputi beberapa tahapan, yaitu: (1) pengumpulan bahan hukum primer, seperti peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan; (2) pengumpulan bahan hukum sekunder, yang meliputi buku-buku, jurnal ilmiah, artikel hukum, dan karya ilmiah lain yang relevan; serta (3) pengumpulan bahan hukum tersier, seperti kamus hukum dan referensi hukum untuk memperkuat pemahaman konseptual.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, dan mengkaji sumber hukum dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif normatif, yaitu dengan menafsirkan, membandingkan, dan mengkonstruksi norma-norma hukum serta doktrin yang relevan untuk menemukan kesimpulan hukum yang sistematis.¹²

Melalui metode ini, diharapkan penelitian menghasilkan analisis yang menyeluruh dan mendalam terkait tanggung jawab hukum franchisee yang tidak melaksanakan kewajibannya berdasarkan perjanjian waralaba, serta memberikan rekomendasi normatif bagi pembentukan dan pelaksanaan peraturan hukum yang lebih adil dan efektif dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakter Hubungan Hukum antara *Franchisor* dan *Franchisee*

Hubungan hukum *franchisor* dengan *franchisee* merupakan hubungan kontraktual yang lahir dari perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Dalam konteks hukum Indonesia, hubungan ini tergolong perjanjian tidak bernama (*innominaat*) namun tetap tunduk dengan ketentuan umum hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1313 dan Pasal 1338 KUH Perdata. Berdasarkan PP No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, hubungan tersebut harus didasarkan pada prinsip saling menguntungkan, keadilan, dan

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 35–37.

¹¹ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 13.

¹² Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayu Media, 2012), hlm. 57.

keseimbangan, yang diwujudkan dalam bentuk kewajiban, hak, serta tanggung jawab para pihak.¹³

Secara praktis, *franchisor* berperan sebagai pemilik konsep bisnis, merek dagang, serta sistem operasional yang telah teruji. *Franchisee* disisi lain adalah pelaku usaha yang menerima hak untuk menjalankan bisnis tersebut berdasarkan standar yang telah ditentukan. Namun dalam kenyataannya, posisi hukum *franchisee* sering kali lebih lemah karena keterbatasan dalam menentukan isi perjanjian, sehingga sering kali perjanjian bersifat adhesi atau terdapat kepentingan yang berbeda-beda namun saling terikat, di mana *franchisee* hanya menandatangani kontrak tanpa dapat bernegosiasi lebih memadai¹⁴ Kondisi ini menciptakan asimetris informasi dan ketimpangan posisi tawar, sehingga sering kali mengakibatkan potensi pelanggaran asas keseimbangan (*equality principle*) dan keadilan kontraktual.¹⁵

Dari perspektif hukum perdata, perjanjian waralaba harus dipahami sebagai bentuk perikatan timbal balik yang melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak.¹⁶ *Franchisor* memiliki kewajiban untuk memberikan bimbingan, pelatihan, dan menjamin kontinuitas pasokan barang sesuai standar merek dagang, sedangkan *franchisee* berkewajiban untuk menjalankan bisnis sesuai sistem yang ditetapkan serta menjaga reputasi merek tersebut.¹⁷ Jika antar para pihak tidak memenuhi kewajibannya, maka dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, yang konsekuensinya diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdata. Dengan demikian, karakter hubungan hukum waralaba bukan hanya sebatas kontraktual formal, tetapi juga mencerminkan hubungan hukum yang terstruktur dan saling ketergantungan secara ekonomi dan hukum, yang menuntut penerapan asas keadilan dan proporsionalitas secara lebih tegas.¹⁸

2. Bentuk-Bentuk Wanprestasi dalam Hubungan Waralaba

Tabel 1. Bentuk-Bentuk Wanprestasi dalam Penyelenggaraan Waralaba di Indonesia

¹³ Lihat Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, Pasal 2–3; serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1313 dan Pasal 1338.

¹⁴ Munir Fuady, *Kontrak dalam Dunia Bisnis*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014);

¹⁵ Dwi Haryono, “Analisis Yuridis Hubungan Hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam Perspektif Hukum Perjanjian,” *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, Vol. 7 No. 3 (2022): 324.

¹⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 122.

¹⁷ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Franchise (Waralaba)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), hlm. 56–58.

¹⁸ Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia* (Yogyakarta: UGM Press, 2017), hlm. 215.

No.	Bentuk Wanprestasi	Pihak Wanprestasi	Dampak Hukum	Referensi
1.	Tidak membayar Royalti	<i>Franchisee</i>	Pemutusan Perjanjian dan ganti rugi	PP No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba
2.	Penggunaan Bahan baku diluar standar operasional	<i>Franchisee</i>	Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual dan pemutusan kontrak	Permendag No. 71 Tahun 2019
3.	Pemutusan sepihak oleh Franchispr tanpa dasar wanprestasi	<i>Franchisor</i>	Gugatan ganti rugi dan pembatalan kontrak	Putusan PN Jakarta Selatan No. 231/Pdt.G/2022/PN.Jkt.Sel
4.	Tidak melaksanakan laporan keuangan serta operasional secara berkala	<i>Franchisee</i>	Teguran tertulis, potensi pengakhiran kontrak	Olahan penulis dari hasil wawancara dengan praktisi hukum, 2025
5.	Tidak dapat melakukan pembayaran bahan baku karena bisnis franchise merugi/tidak laku	<i>Franchisee</i>	Teguran Tertulis potensi gugatan ganti rugi	Olahan penulis dari hasil wawancara dengan praktisi hukum, 2025

Sumber: Data Primer, 2025 (olahan Penulis).

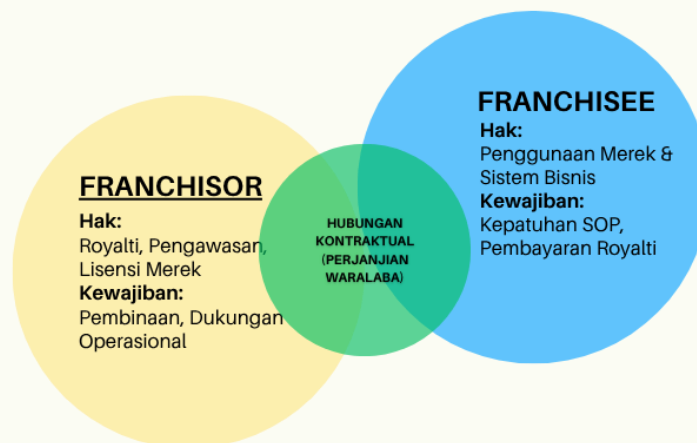
Tabel di atas menunjukkan bahwa wanprestasi lebih sering dilakukan oleh pihak franchisee, terutama dalam hal keterlambatan pembayaran royalti dan pelanggaran terhadap standar operasional. Namun demikian, tidak sedikit pula franchisor yang melakukan pemutusan hubungan usaha secara sepihak, yang justru melanggar asas kepastian hukum dan prinsip good faith dalam pelaksanaan kontrak.

3. Analisis Hukum terhadap Tanggung Jawab *Franchisee*.

Berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata, pihak yang lalai atau tidak melaksanakan kewajibannya sesuai perjanjian dapat dimintai pertanggungjawaban berupa ganti rugi, pemenuhan perjanjian, atau pembatalan kontrak.¹⁹ Dalam konteks waralaba, tanggung jawab *franchisee* tidak hanya bersifat finansial tetapi juga moral dan reputasional, karena berkaitan langsung dengan citra merek *franchisor*.²⁰

Pendekatan konseptual menunjukkan bahwa tanggung jawab franchisee lahir dari asas itikad baik (*good faith*) dan asas keseimbangan (*balance of interest*) yang menjadi dasar dalam setiap kontrak bisnis modern.²¹ Oleh karena itu, ketika *franchisee* gagal melaksanakan kewajibannya, maka selain pertanggungjawaban kontraktual, *franchisor* juga berhak menuntut pemulihan reputasi merek dan sistem bisnis yang terdampak.²²

Gambar berikut menggambarkan posisi hukum serta tanggung jawab para pihak dalam sistem waralaba:



Gambar 1. Skema Hubungan Hukum dan Tanggung Jawab dalam Sistem Waralaba

Secara normatif yuridis, tanggung jawab *franchisee* dapat dikategorikan sebagai tanggung jawab kontraktual yang bersumber dari perikatan hukum (*obligatio ex contractus*).²³ Artinya, setiap hak dan kewajiban termuat dalam perjanjian waralaba memiliki kekuatan mengikat sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang

¹⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1243.

²⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Franchise (Waralaba)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), hlm. 73–74.

²¹ Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2014), hlm. 217.

²² Dwi Haryono, “Analisis Yuridis Hubungan Hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam Perspektif Hukum Perjanjian,” *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, Vol. 7 No. 3 (2022): 328.

²³ Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2008), hlm. 43.

menegaskan bahwa “*semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.*”²⁴

Karenanya, pelanggaran mengenai ketentuan perjanjian seperti keterlambatan pembayaran royalti, pelanggaran standar operasional, atau penggunaan merek tanpa izin termasuk dalam kategori wanprestasi sebagaimana dimaksud pada Pasal 1244 dan 1245 KUH Perdata, menimbulkan konsekuensi hukum berupa kewajiban ganti rugi.²⁵

Lebih jauh, dari perspektif asas proporsionalitas dan kepatutan, sebagaimana diatur dalam Pasal 1339 dan 1347 KUH Perdata, kewajiban *franchisee* tidak hanya ditentukan oleh apa yang tertulis dalam kontrak, tetapi juga oleh norma kepatutan (*reasonableness*) dan kebiasaan yang berlaku dalam dunia bisnis.²⁶ Oleh karena itu, meskipun dalam perjanjian tidak tercantum secara eksplisit, *franchisee* tetap berkewajiban menjaga reputasi merek dan menegakkan standar mutu produk/jasa yang menjadi ciri waralaba.²⁷

Dalam konteks Peraturan Pemerintah No 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, ketentuan Pasal 9 huruf (d) mewajibkan *franchisee* untuk mematuhi seluruh ketentuan operasional dan sistem manajemen *franchisor*, sedangkan Pasal 13 menegaskan pentingnya pembinaan dan evaluasi berkelanjutan oleh *franchisor*.²⁸ Dengan demikian, hubungan hukum antara kedua pihak bukan hanya berdasar kontrak privat, tetapi juga memiliki dimensi hukum publik karena melibatkan regulasi pemerintah yang mengatur standar usaha waralaba nasional.²⁹

Secara sistematis, tanggung jawab franchisee dapat dikelompokkan menjadi tiga bentuk utama:

- 1) **Tanggung Jawab Kontraktual (*civil liability*)** terkait pelanggaran isi perjanjian dan ganti rugi perdata.
- 2) **Tanggung jawab administratif (*administrative liability*)** apabila *franchisee* melanggar ketentuan perizinan dan pelaporan sebagaimana diatur dalam PP No. 35/2024 dan Permendag No. 71/2019.

²⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1338 ayat (1).

²⁵ Ibid., Pasal 1244–1245.

²⁶ Sudikno Mertokusumo, *Hukum Perjanjian Indonesia* (Yogyakarta: Liberty, 2010), hlm. 89.

²⁷ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Franchise (Waralaba)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), hlm. 76–78.

²⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, Pasal 9 huruf (d).

²⁹ Dwi Haryono, “Analisis Yuridis Hubungan Hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam Perspektif Hukum Perjanjian,” *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, Vol. 7 No. 3 (2022): 329.

- 3) **Tanggung jawab etik dan reputasional** (*ethical liability*) yang meskipun tidak diatur eksplisit, menjadi bagian penting dari kewajiban moral dalam menjaga integritas merek waralaba.

Pendekatan normatif ini menegaskan bahwa tanggung jawab *franchisee* bersifat berlapis (*multi-layered responsibility*) dan tidak semata-mata dapat dihapus hanya dengan pelunasan kewajiban finansial. Ketaatan terhadap asas *pacta sunt servanda*, asas kepastian hukum, serta asas keadilan menjadi dasar legitimasi bahwa pelanggaran terhadap sistem waralaba adalah bentuk pelanggaran hukum yang dapat dimintakan pertanggungjawaban secara perdata maupun administratif.

4. Evaluasi terhadap Pengaturan dan Praktik Hukum

Seperti yang berulang kali disampaikan diatas bahwa pengaturan waralaba di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang cukup komprehensif melalui PP No 35 Tahun 2024 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Kedua regulasi ini menghasilkan kerangka hukum yang jelas mengenai kewajiban dan hak para pihak, mulai dari pendaftaran waralaba, substansi perjanjian, hingga mekanisme pengawasan dan pengakhiran perjanjian. Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan ketentuan tersebut sering kali tidak berjalan efektif karena kurangnya pemahaman hukum dan pengawasan yang konsisten dari pihak berwenang maupun para pelaku usaha waralaba itu sendiri.³⁰

Salah satu problem utama dalam praktik adalah ketidakseimbangan posisi tawar antara *franchisor* dan *franchisee*, yang menjadikan sebagian besar perjanjian bersifat *adhesi* di mana penerima waralaba hanya dapat menerima atau menolak tanpa ruang negosiasi berarti. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan kontraktual dan memperbesar kemungkinan sengketa ketika salah satu pihak merasa dirugikan. Secara normatif, hal itu bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak yang berimbang sebagaimana tercermin dalam Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata, dimana perjanjian harus dibuat atas dasar kesepakatan bebas dan dilaksanakan dengan itikad baik.³¹

Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa waralaba dalam regulasi positif Indonesia masih bersifat umum dan belum menempatkan model penyelesaian alternatif (seperti mediasi atau

³⁰ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Franchise (Waralaba)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), hlm. 84.

³¹ Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2008), hlm. 45.

arbitrase bisnis) secara lebih kuat.³² Akibatnya, banyak sengketa waralaba berujung pada gugatan perdata di Pengadilan yang prosesnya panjang dan tidak efisien. Evaluasi ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah mengakomodasi kebutuhan dasar hubungan hukum waralaba, aspek implementasi dan pengawasan masih menjadi titik lemah yang memerlukan pembenahan baik melalui peningkatan literasi hukum pelaku usaha maupun penegasan mekanisme perlindungan terhadap pihak yang lemah dalam hubungan kontraktual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap tanggung jawab hukum penerima waralaba (*franchisee*) dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, dapat disimpulkan bahwa sistem hukum positif Indonesia telah memberikan landasan normatif yang cukup melalui Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2024 dan Permendag No. 71 Tahun 2019. Namun, dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan antara pengaturan hukum dan realitas pelaksanaannya. Kesenjangan tersebut terutama terlihat dalam pelaksanaan kewajiban *franchisee* yang kerap kali tidak sesuai dengan ketentuan perjanjian, baik karena faktor kelalaian, ketidaktahuan terhadap isi perjanjian, maupun interpretasi yang berbeda antara *franchisor* dan *franchisee* terhadap klausul kerja sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepastian hukum belum sepenuhnya tercapai dalam praktik penyelenggaraan waralaba di Indonesia.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa wanprestasi dalam hubungan waralaba tidak hanya bersumber dari pelanggaran terhadap isi kontrak, tetapi juga dari kelemahan struktur hukum dan lemahnya posisi tawar *franchisee* dalam perjanjian. Secara teoritis, tanggung jawab *franchisee* harus dipahami dalam kerangka teori perjanjian dan asas proporsionalitas kontraktual, dimana pelaksanaan perjanjian harus memperhatikan keseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Ketika *franchisee* tidak melaksanakan kewajibannya, maka mekanisme tanggung jawab hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata berlaku, namun penerapannya perlu mempertimbangkan konteks hubungan bisnis yang bersifat kemitraan, bukan semata hubungan antara debitur dan kreditur.

Penelitian ini menemukan bahwa peraturan mengenai waralaba di Indonesia belum secara rinci mengatur mekanisme tanggung jawab dan penyelesaian sengketa, khususnya dalam hal pelanggaran kontrak oleh *franchisee*. Regulasi yang ada masih bersifat deklaratif dan administratif, belum sepenuhnya mengatur sanksi substantif serta prosedur hukum yang efektif bagi penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Oleh karena itu, dalam konteks hukum

³² Siti Anisah, "Penyelesaian Sengketa dalam Perjanjian Waralaba (Franchise Agreement) di Indonesia," Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, Vol. 23, No. 4 (2016), hlm. 589–604.

bisnis modern, diperlukan penegasan norma dan pembaruan regulasi waralaba agar mampu mengakomodasi karakteristik hubungan kontraktual yang dinamis serta memberikan perlindungan yang sama bagi para pihak.

Sebagai saran, untuk masa yang akan datang, pemerintah perlu memperkuat kerangka hukum waralaba dengan mengatur secara eksplisit bentuk tanggung jawab hukum franchisee dan mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, efisien, dan berkeadilan. Selain itu, perlu ditingkatkan literasi hukum bagi para pelaku usaha waralaba, terutama di kalangan UMKM, agar memahami secara mendalam hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian waralaba. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian ini melalui pendekatan empiris-sosiologis dengan meneliti praktik pelaksanaan waralaba di lapangan serta efektivitas penegakan hukumnya, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih nyata bagi pembaruan hukum bisnis di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Dwi Haryono. “Analisis Yuridis Hubungan Hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam Perspektif Hukum Perjanjian.” *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, Vol. 7, No. 3 (2022): 324–329.
- Fuady, Munir. *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018.
- Fuady, Munir. *Kontrak dalam Dunia Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Fuady, Munir. *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. *Hukum Franchise (Waralaba)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000.
- Hartono, Sri Redjeki. *Hukum Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press, 2017.
- Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayu Media, 2012.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2014.
- Mertokusumo, Sudikno. *Hukum Perjanjian Indonesia*. Yogyakarta: Liberty, 2010.
- Setyawati, Rini. “Tanggung Jawab Penerima Waralaba terhadap Pelanggaran Perjanjian dalam Sistem Franchise di Indonesia.” *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 51, No. 2 (2021): 228–243.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.

Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, 2008.

Widjaja, Gunawan & Ahmad Yani. *Hukum Franchise (Waralaba)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000.

Anisah, Siti. "Penyelesaian Sengketa dalam Perjanjian Waralaba (Franchise Agreement) di Indonesia." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 23, No. 4 (2016): 589–604.