

## ASAS PROPORSIONAL DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE)

Oleh:

A. Yudha Harnoko  
Ika Yunia Ratnawati

### Abstract

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 Indonesia, hal ini sebagaimana kita ketahui bersama bahwa banyak didirikan rumah makan KFC, Mc. Donald, Bakso Kepala Sapi, swalayan : Indomaret, Alfamaret, AlfaExpres, Giant, Carrefour, dan sebagainya. Kemampuan berbisnis perusahaan-perusahaan tersebut terbukti berhasil, itu sebabnya sistem manajemen perusahaan-perusahaan tersebut banyak diminati oleh warga masyarakat. Tipe penelitian dalam tesis ini menggunakan penelitian hukum normatif atau kepustakaan yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum dan penelitian terhadap sistematik hukum.<sup>1</sup> Pendekatan dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Perjanjian waralaba merupakan bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba, untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba. Akibat hukum apabila pihak penerima waralaba tidak mentaati kontrak waralaba kewajiban memberikan ganti rugi berdasarkan wanprestasi.

*Kata Kunci* : Azaz Proporsional, Waralaba

### A. Latar Belakang Permasalahan

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 Indonesia, hal ini sebagaimana kita ketahui bersama bahwa banyak didirikan rumah makan KFC, Mc. Donald, Bakso Kepala Sapi, swalayan : Indomaret, Alfamaret, AlfaExpres, Giant, Carrefour, dan sebagainya. Kemampuan berbisnis perusahaan-perusahaan tersebut terbukti berhasil, itu sebabnya sistem manajemen perusahaan-

---

<sup>1</sup>Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007, h. 14.

perusahaan tersebut banyak diminati oleh warga masyarakat.

Dalam pemberitaan Harian Surya disebutkan bahwa,<sup>2</sup> “Menjamurnya waralaba asing tidak terlepas dari budaya instant, dan daripada bingung menaruh uang ke mana, pengusaha memilih yang menawarkan kecepatan atau instant dan sistem yang sudah baku dan teruji”. Dalam perjanjian waralaba, pihak Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.

### **Pengertian Asas Proporsional**

Kata ‘proporsionalitas’ atau proporsional berarti sesuai dengan proporsi atau sebanding, berimbang. Sedangkan ‘keseimbangan’ berarti keadaan seimbang (seimbang – sama berat, setimbang, sebanding, setimpal); dalam ilmu fisika diartikan sebagai keadaan yang terjadi bila semua gaya dan kecenderungan yang ada pada setiap benda atau sistem persis dinetralkan atau dilawan oleh gaya atau kecenderungan yang sama besar tetapi mempunyai arah yang berlawanan.<sup>3</sup>

Dari apa yang dikemukakan di atas, maka asas proporsional merupakan asas yang melandasi pertukaran hak dan kewajiban para pihak sesuai proporsi atau bagiannya. Untuk menemukan asas proporsional dalam kontrak perlu kita meneliti seberapa besar beban yang ditanggung oleh para pihak, semakin besar beban yang ia tanggung semakin besar pula ia memperoleh bagiannya, atau jika semakin banyak kewajiban yang ia tunaikan berdasarkan kesepakatan, maka semakin besar pula hak yang ia terima. Dengan demikian asas proporsional tidak memperlumahkan keseimbangan dalam arti kesamaan hasil yang diperoleh (dalam artian matematis) tetapi lebih menekankan proporsi pembagian hak dan kewajiban di antara para pihak yang berlangsung secara layak dan patut.<sup>4</sup>

Agus Yudha Hernoko memberikan kriteria yang dapat dijadikan pedoman untuk menemukan asas proporsionalitas dalam kontrak:<sup>5</sup>

- (a) Kontrak yang bersubstansi asas proporsional adalah kontrak yang memberikan pengakuan terhadap hak, peluang dan kesempatan yang sama kepada para kontraktan untuk menentukan pertukaran yang adil bagi mereka. Kesamaan bukan dalam arti “kesamaan hasil” melainkan pada posisi para pihak yang mengandaikan “kesetaraan kedudukan dan hak (*equitability*) (prinsip kesamaan hak/kesetaraan hak;
- (b) Berlandaskan pada kesamaan/kesetaraan hak tersebut maka kontrak yang bersubstansi asas proporsional adalah kontrak yang dilandasi oleh kebebasan para kontraktan untuk menentukan substansi apa yang

---

<sup>2</sup>Harian Surya, *Waralaba Lokal Potensial Tetapi Minim Dana*, halaman 3, tanggal 10 Desember 2011.

<sup>3</sup>Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, h. 75. Selanjutnya Disebut Agus Yudha Hernoko 1.

<sup>4</sup>*Ibid.*, h. 89.

<sup>5</sup>*Ibid.*, h. 88.

- adil dan apa yang tidak adil bagi mereka (prinsip kebebasan);
- (c) Kontrak yang bersubstansi asas proporsional adalah kontrak yang mampu menjamin pelaksanaan hak dan sekaligus mendistribusikan kewajiban secara proporsional bagi para pihak. Perlu digaris bawahi bahwa keadilan tidak selalu berarti semua orang harus selalu mendapatkan sesuatu dalam jumlah yang sama, dalam konteks ini dimungkinkan adanya hasil akhir yang berbeda. Dalam hal ini maka prinsip distribusi-proporsional terhadap hak dan kewajiban para pihak harus mengacu pada pertukaran yang *fair* (prinsip distribusi-proporsional).

#### **Pengertian Asas Keseimbangan**

Agus Yudha Hernoko memberikan pemahaman terhadap makna asas keseimbangan sebagai berikut : “Asas keseimbangan sebagai keseimbangan posisi para pihak yang berkontrak. Oleh karena itu dalam hal terjadi ketidakseimbangan posisi yang menimbulkan gangguan terhadap isi kontrak diperlukan intervensi otoritas tertentu (pemerintah) untuk menyeimbangkannya”.<sup>6</sup>

Berdasarkan pertimbangan di atas konsumen perlu diberdayakan dan diseimbangkan posisi tawarnya, dalam konteks ini asas keseimbangan yang bermakna ‘*equal-equilibrium*’ akan bekerja memberikan keseimbangan manakala posisi tawar para pihak dalam menentukan kehendak menjadi tidak seimbang. Menurut Agus Yudha Hernoko, “Tujuan asas keseimbangan adalah hasil akhir yang menempatkan posisi para pihak seimbang (*equal*) dalam menentukan hak dan kewajibannya”.<sup>7</sup>

## **B. Metode Penelitian**

### **Tipe Penelitian dan Pendekatan Penelitian**

Tipe penelitian dalam tesis ini menggunakan penelitian hukum normatif atau kepustakaan yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum dan penelitian terhadap sistematik hukum.<sup>8</sup> Pendekatan dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

### **Sumber Bahan Hukum**

Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer yakni semua perundang-undangan yang terkait dengan waralaba dan bahan hukum sekunder yang meliputi semua buku-buku hukum yang terkait dengan waralaba.

### **Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Bahan Hukum**

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara dikumpulkan terlebih dahulu bahan hukum primer yang selanjutnya terkait

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, h. 79.

<sup>7</sup>*Ibid.*, h. 80.

<sup>8</sup>Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007, h. 14.

dengan isu yang dikaji kemudian dikaitkan atau dicari jawabannya dalam bahan hukum sekunder kemudian dilakukan sistematisasi dan interpretasi dan menyimpulkannya.

### **Analisis Bahan Hukum**

Untuk menganalisis bahan hukum, peneliti akan melakukan inventarisasi terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder yang terkait dengan isu yang dikaji, selanjutnya peneliti akan mengidentifikasi bahan-bahan hukum tersebut sesuai isu hukumnya, selanjutnya menganalisis dan ditemukan jawaban atas isu hukum yang diajukan.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Bentuk Hubungan Hukum Antara Pemberi dan Penerima Waralaba**

Pada dasarnya suatu waralaba adalah suatu bentuk perjanjian yang tunduk pada ketentuan Buku III *Burgerlijk Wetboek* (BW). Isi perjanjian waralaba, memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba, yang dapat terwujud dalam bentuk:<sup>9</sup>

- a. Hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu;
- b. Hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.

Dalam kaitan ini Pasal 1 ayat (3) huruf (b) *Commission Regulation European Economic Community* (EEC) memberikan definisi tentang waralaba, dengan rumusan sebagai berikut:<sup>10</sup>

*“Franchise agreement means an agreement whereby one undertaking, the franchisor, grant the other, the franchisee, in exchange for director indirect financial consideration, the right to exploit a franchise for the purpose of marketing specified types of goods and/or service; it the includes at least obligations relating to:*

- *The use of common name or shop sign and a uniform presentation of contract premise and/or means of transport;*
- *The communication by the franchisor to the franchisee of know how;*
- *The continuing provision by the franchisor to the franchisee commercial or technical assistance during the life of agreement”.*

Sedangkan menurut Daniel V. Davidson yang mengutip dari *Washington Franchise Protection Act-Section 19.100.010* (4), menyatakan:<sup>11</sup>

*“Franchise, means an oral or witen contract or agreement, either expressed or implied, in which person grants to another person a license to use a trade name, service mark, trade mark, logotype or related characteristic in which there is a community interest in the business of*

---

<sup>9</sup>Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta, Jakarta, 2001, h. 75.

<sup>10</sup>Lihat, *Commission Regulation EEC, 4087/88*, 30 November 1988.

<sup>11</sup>Daniel V. Davidson, *et al.*, *Franchising dalam Comprehensive Business Law Principles and Cases*, Kent Pub. Comp., Boston, 1987, h. 959.

*offering, selling, distributing goods or services at whole sale or retail, leasing or otherwise and in which the franchisee is required to pay, directly or indirectly, a franchise fee”.*

Dari pengertian yang kurang lebih sama dirumuskan dalam *California's Disclosure Law* yang berlaku pada tahun 1971 juga diadaptasi oleh *Federal Trade Commission*, menetapkan bahwa yang dimaksud dengan kontrak *franchise* adalah:<sup>12</sup>

- a) *A franchise is granted the right to engage in business of offering, selling, distributing goods or services under marketing plan or system prescribe in substantial part by a franchisor; and*
- b) *The operation of the franchise... is substantially associated with the franchisor's trade mark, service mark, trade name, logotype, advertising or other commercial symbol designating the franchisor or its affiliate; and*
- c) *The franchisee is required to pay, directly or indirectly, a franchise fee.*

Rumusan yang diberikan oleh Departemen Dalam Negeri yang merupakan hasil penelitian dengan Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (IPPM) Jakarta,<sup>13</sup> hanya memberikan uraian bahwa kontrak kerja sama dalam bisnis *franchise* tersebut diharapkan:

- 1) Ada kesepakatan kerja sama yang tertulis;
- 2) Selama kerja sama tersebut pihak *franchisor* mengizinkan *franchisee* menggunakan merek dagang dan identitas usaha milik *franchisor* dalam bidang usaha yang disepakati. Penggunaan identitas usaha tersebut akan menimbulkan asosiasi pada masyarakat adanya kerja sama produk dan jasa dengan *franchisor*;
- 3) Selama kerja sama tersebut pihak *franchisor* memberikan jasa penyiapan usaha dan melakukan pendampingan berkelanjutan pada *franchisee*;
- 4) Selama kerja sama tersebut *franchisee* mengikuti ketentuan yang telah disusun oleh *franchisor* yang menjadi dasar usaha yang sukses;
- 5) Selama kerja sama tersebut *franchisor* melakukan pengendalian hasil dan kegiatan dalam kedudukannya sebagai pimpinan sistem kerja sama;
- 6) Kepemilikan dari badan usaha yang dijalankan oleh *franchisee* adalah sepenuhnya *franchisee*. Secara hukum *franchisor* dan *franchisee* adalah dua badan usaha yang terpisah.

---

<sup>12</sup>Small Business Reporter: *Franchising*, Bank of Amerika, 1978, h. 2.

<sup>13</sup>Departemen Perdagangan, *Laporan Studi Identifikasi Jenis Usaha Franchise dan Rekomendasi Kerangka kebijakan Serta perkembangann Franchise di Indonesia*, Hasil Penelitian bekerjasama dengan Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, Jakarta, 1990.

Menurut George A. Pelletier dalam suatu kontrak *franchise*, para pihak perlu mengikuti ketentuan yang umum dipakai dalam pembuatan kontrak *franchise* yang meliputi:<sup>14</sup>

- 1) Adanya para pihak.
- 2) Definisi-definisi.
- 3) Objek yang diperjanjikan, penjelasan hal-hal yang diperjanjikan, dan tempat usaha *franchise* yang akan dilaksanakan.
- 4) Pembayaran *royalty* dan cara pembayaran *royalty*.
- 5) Kewajiban-kewajiban *franchisee* yang meliputi :
  - a. Memelihara dan mengoperasikan usaha *franchise* yang sesuai dengan etika bisnis *franchise* yang sebaik-baiknya.
  - b. Mengikuti ketentuan dan peraturan yang telah ditentukan oleh *franchisor*.
  - c. Mengikuti ketentuan dan peraturan negara tempat usaha *franchise* dilaksanakan.
  - d. Mengembangkan usaha *franchise* sesuai dengan pasar.
  - e. Mengizinkan pihak *franchisor* untuk memeriksa haknya yang telah diberikan kepada *franchisee* pada waktu tertentu.
  - f. Mempromosikan logo dan merek dagang sesuai dengan ketentuan.
  - g. Mengikuti sistem pemilihan lokasi usaha menurut *franchisor* serta menaati ketentuan, peraturan, dan prosedur yang ditentukan *franchisor* dalam hal pemilihan lokasi usaha.
  - h. Memberikan laporan bulanan tentang standar operasional kepada *franchisor*, bersama-sama dengan laporan lainnya secara rutin.
  - i. Menyampaikan laporan tahunan tentang pengelolaan dan keadaan (maju/mundur) usaha yang dikelola dengan disertai analisis akuntan publik (bebas) mengenai pendapatan kotor.
  - j. Mengizinkan pihak *franchisor* untuk memeriksa pembukuan.
- 6) Pelayanan yang diberikan oleh *franchisor* meliputi :
  - a. Pedoman beroperasi dan pelayanan konsultasi kepada *franchisee*.
  - b. Memberi bantuan kepada *franchisee* dalam cara mempertahankan usaha yang telah dicapai serta sistem administrasinya.
  - c. Membuat merek dagang, bahan promosi dan brosur-brosur dengan biaya yang telah disetujui bersama.
  - d. Mengiklankan dan mempromosikan, baik di tingkat nasional, regional maupun lokal.
  - e. Mengutus *supervise* untuk mengunjungi dan memeriksa sistem *franchise* yang telah diberikan kepada *franchisee* dalam hal sistem administrasi yang telah dilaksanakan.
  - f. Memberikan pelayanan penentuan lokasi usaha, sistem bisnis, persyaratan-persyaratan dan mendapatkan pembayaran penentuan lokasi usaha jika pihak *franchisor* yang mempublikasikan kepentingan *franchisee*.

---

<sup>14</sup>George A. Pelletier, *Franchise Contract-Reviewing the Franchise Contract*, Practicing Law Institute Pub., New York, 1990, h. 401-402.

- 7) Hubungan para pihak dapat dikatakan termasuk hasil dari keadaan *franchisor* yang merupakan pihak yang bebas dalam perjanjian dan dalam perjanjian *franchise* ini para pihak tidak boleh menciptakan hubungan keagenan, hubungan kemitraan, *joint venture*, atau hubungan antara yang mempekerjakan dan yang dipekerjakan (*franchisor* dan *franchisee*).
- 8) Adanya fasilitas yang baik.<sup>15</sup>
- 9) Ganti rugi dan ketentuan-ketentuan tentang asuransi.
- 10) Masa berlakunya perjanjian, pembaruan perjanjian, berakhirnya perjanjian, wanprestasi, dan pengalihan (setiap hak-hak *franchisor* (utama) sebagai pihak yang telah memberikan hak-haknya kepada *franchisee*, dapat menolak jika *franchisee* memutuskan untuk menjual atau mengalihkan *franchise*-nya).
- 11) Hak-hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor* jika perjanjian berakhir.
- 12) Jaminan (garansi) dan kesungguhan dari pihak *franchisor*.
- 13) Hukum yang akan berlaku dalam perjanjian *franchise*.

Jika memerhatikan beberapa ketentuan kontrak *franchise* di atas, dapat dikemukakan beberapa unsur penting yang pada prinsipnya sesuai dengan kehendak hukum kontrak (BW) di Indonesia. Unsur-unsur tersebut adalah:<sup>16</sup>

1. Adanya suatu kontrak yang disepakati oleh para pihak;
2. Adanya hak dan kewajiban dari *franchisor* kepada *franchisee* secara timbal balik;
3. Adanya batas waktu dan tempat tertentu;
4. Adanya pembayaran (kewajiban) sejumlah uang tertentu dari *franchisee* kepada *franchisor*.
5. Berakhirnya ataupun pembaruan kontrak; dan
6. Penyelesaian sengketa.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontrak *franchise* merupakan suatu kontrak timbal balik antara hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee*. Pada dasarnya dalam suatu kegiatan bisnis *franchise* tercermin suatu kegiatan yang berkenaan dengan pemberian izin dari pihak *franchisor* kepada seorang *franchisee* untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis yang dimiliki *franchisor*.

Pemberian izin tersebut meliputi izin untuk menggunakan hak-hak *franchisor* dalam hal hak milik intelektual, hal ini lazimnya disebut sebagai lisensi yang biasanya hanya meliputi pemberian izin untuk penggunaan satu jenis hak milik intelektual, seperti pemberian kepada merek tertentu. Namun, dalam pemberian lisensi *franchisee* meliputi berbagai macam hak milik intelektual karena hak-hak yang diberikan kepada *franchisee* hampir hak-hak

---

<sup>15</sup>Yang dimaksud dengan fasilitas yang baik adalah adanya sarana parkir, WC. yang memadai, dan sebagainya.

<sup>16</sup>Juajir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Multi Nasional*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, h. 45.

milik intelektual seperti nama perniagaan, logo, merek, paten, model, dan desain. Dengan diberikannya izin tersebut pihak *franchisee* diwajibkan untuk membayar *royalty* kepada pihak *franchisor* atau pemberi waralaba. Besarnya *royalty* yang harus dibayarkan oleh pihak *franchisee* umumnya ditentukan sendiri oleh pihak *franchisor* dalam kontrak *franchise*.

Selain pemberian izin, dalam suatu kontrak *franchise* memiliki ruang lingkup yang luas dan biasanya disertai dengan *technical assistance agreement* untuk jangka waktu tertentu. Karena itu, dalam kontrak *franchise* pada umumnya disertai oleh kesepakatan-kesepakatan lain, seperti:<sup>17</sup>

- a) Persetujuan utang piutang (*loan agreement*);
- b) Persetujuan penyewaan tempat usaha (*site leases agreement*);
- c) Persetujuan pembangunan tempat usaha (*building agreement*);
- d) Persetujuan penyewaan peralatan (*equipment leases agreement*);
- e) Persetujuan mengenai desain gambar untuk iklan dan logo perusahaan (*graphics*) yang digunakan *franchisee*--untuk menentukan desain ini ditentukan oleh *franchisor* dan harus seragam;
- f) Persetujuan seleksi karyawan (*employee selection agreement*) dalam hal ini *franchisor* memberi bantuan untuk memilih karyawan, juga dalam memberikan pendidikan dan pelatihan khusus bagi karyawan;
- g) Persetujuan mengenai *standards description* dalam hal ini *franchisor* melakukan pengawasan terhadap pengelolaan serta standar mutu yang telah ditetapkan; dan
- h) Promosi (*promotion*).

Dalam hal penyewaan peralatan, jika dalam suatu kontrak *franchise* ditentukan adanya keharusan menyewa atau membeli dari pihak *franchisor*, maka jika ditinjau dari ketentuan *antitrust law* di Amerika Serikat, persyaratan seperti ini dilarang karena dianggap telah menciptakan suatu monopoli di bidang perdagangan. Ketentuan dalam *antitrust law* Amerika Serikat ini disebut *Exclusive Dealing Arrangement* atau *Tie-in Clause* yang pada dasarnya menyatakan bahwa "...that may substantially lessen competition or trend to create monopoly" dilarang.<sup>18</sup>

Bagi seorang *franchisee* yang jeli dan kritis, setelah mempelajari bentuk kontrak yang ditawarkan calon *franchisor*-nya, ternyata posisinya di dalam kontrak kurang menguntungkan, maka ia cenderung untuk membatalkan kontrak daripada merugikannya dalam jangka waktu yang panjang.<sup>19</sup> Di samping itu, calon *franchisee* harus betul-betul memahami tujuan kontrak kerja sama. Konsep kontrak kerja sama dalam usaha *franchise* bukan berarti *franchisor* mempekerjakan *franchisee*. *Franchisor* tidak boleh memperlakukan *franchisee* sebagai bawahan atau pihak yang akan dieksploitasi tenaga dan sumber dayanya yang semata-mata untuk keuntungan *franchisor* karena jika

<sup>17</sup>Metzger, *et.al.*, *Business Law and Regulatory Environment*, Irwin Homewood-Illinois, 1986, h. 1168.

<sup>18</sup>*Ibid.*

<sup>19</sup>Bermand Hutagalung, *Sepuluh Faktor Kunci Sukses Bisnis Franchise*, Bag. I, dalam *Business News*, No. 294/VI/1995, h. 18.

diartikan secara langsung, *franchise* berarti *free from servitude* yang artinya bebas dari perhambaan.<sup>20</sup>

Dengan demikian, dalam kontrak *franchise* kedudukan antara *franchisor* dan *franchisee* adalah sama. Namun, kedudukan yang ini tidak dapat diartikan pula sebagai mitra kerja (*partnership*) dalam arti persekutuan karena persekutuan menurut Pasal 1618 BW berarti: "Persekutuan adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu dalam persekutuan dengan maksud untuk membagi keuntungan yang diperoleh karenanya".

## 2. Keseimbangan Hubungan Hukum Antara Pemberi Waralaba Dengan Penerima Waralaba

Waralaba atau *franchise* berkaitan dengan pengalihan teknologi. Menurut Agus Yudha Hernoko, alih teknologi menurut sifatnya dapat terbagi dalam dua hal, yaitu:<sup>21</sup> (1) alih teknologi *komersial*, dan (2) alih teknologi *non komersial*. Proses alih teknologi yang terjadi pada umumnya dikemas dalam bentuk kontrak teknologi (*contract for the transfer technology; technology contract*). Mengingat pentingnya proses alih teknologi itu sendiri bagi para pihak, khususnya negara penerima teknologi, maka perlu adanya peraturan dan pengawasan terhadap kontrak-kontrak bidang alih teknologi.<sup>22</sup>

Dalam perjanjian *franchise* tidaklah terlepas dengan masalah keadilan. Kontrak apapun termasuk kontrak *franchise* merupakan wadah yang mempertemukan kepentingan satu pihak dengan pihak lain menuntut bentuk pertukaran kepentingan yang adil. Keadilan distributif merupakan awal mula segala jenis teori keadilan. Menurut Thomas Aquinas keadilan distributif pada dasarnya merupakan penghormatan terhadap person manusia (*acceptio personarum*) dan keluhurannya (*dignitas*). Dalam konteks keadilan distributif, keadilan dan kepatutan (*equity*) tidak tercapai semata-mata dengan penetapan nilai actual, melainkan juga atas dasar kesamaan antara satu hal dengan hal lainnya (*aequalitas rei adrem*)<sup>23</sup>.

Ada dua bentuk kesamaan yaitu :

- a. Kesamaan proporsional (*aequalitas proportionis*); dan
- b. Kesamaan kuantitas atau jumlah (*aequalitas quantitas*).<sup>24</sup>

Dalam kontrak alih teknologi atau kontrak waralaba, dimana klausula-klausulanya lebih banyak melindungi kepentingan pemberi teknologi/pemberi waralaba, sementara pada sisi lain memberatkan pihak penerima teknologi/penerima waralaba, maka tidak menutup kemungkinan hal itu

<sup>20</sup>*Ibid.*

<sup>21</sup>*Ibid.*, h. 121.

<sup>22</sup>*Ibid.*

<sup>23</sup>Agus Yudha Hernoko, *et.al.*, *Perkembangan Dan Dinamika Hukum Perdata Indonesia-Dalam Rangka Peringatan Ulang Tahun Ke-80 Prof. Dr. Mr R. Soetojo Prawirohamidjojo, S.H.*, Lutfansah Mediatama, Surabaya, 2009, h. 204. Selanjutnya disebut Agus Yudha Hernoko 2.

<sup>24</sup>*Ibid.*

merupakan bentuk penyalahgunaan keadaan (Belanda-*misbruik van omstandigheden*; Inggris-*undue influence*).<sup>25</sup>

Keseimbangan berkontrak waralaba diwujudkan dalam pelaksanaan ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Substansi pasal tersebut mengatur mengenai pencantuman klausula baku yang harus diperhatikan oleh produsen agar tidak merugikan konsumen, bahkan didalamnya memberi sanksi kebatalan terhadap kontrak konsumen yang bersangkutan.

Oleh karena itu, apabila terdapat posisi yang tidak seimbang di antara para pihak, maka hal ini harus ditolak karena akan berpengaruh terhadap substansi maupun maksud dan tujuan dibuatnya kontrak itu. Interpretasi terhadap penggunaan istilah keseimbangan terhadap kandungan substansi aturan tersebut, ialah:<sup>26</sup>

- a. *Pertama*, lebih mengarah pada keseimbangan posisi para pihak, artinya dalam hubungan kontraktual tersebut posisi para pihak diberi muatan keseimbangan.
- b. *Kedua*, kesamaan pembagian hak dan kewajiban dalam hubungan kontraktual seolah-olah tanpa memerhatikan proses yang berlangsung dalam penentuan hasil akhir pembagian tersebut.
- c. *Ketiga*, keseimbangan seolah-olah sekadar merupakan hasil akhir dari sebuah proses.
- d. *Keempat*, intervensi negara merupakan instrumen pemaksa mengikat agar terwujud keseimbangan posisi para pihak.
- e. *Kelima*, pada dasarnya keseimbangan posisi para pihak hanya dapat dicapai pada syarat dan kondisi yang sama (*ceteris paribus*).

## 1. Daya Ikat Kontrak Waralaba Sebagai Dasar Pemenuhan Kewajiban Kontraktual Waralaba

BW membuka Buku III, *titel 2*, bagian 3 dengan Pasal 1338 yang mengatakan: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Kata-kata “secara sah”, berarti “memenuhi semua syarat-syarat untuk sahnya suatu perjanjian” sebagai ditentukan oleh Pasal 1320 BW. Selanjutnya dalam Pasal 1338 BW terdapat kata “berlaku sebagai undang-undang” di sini berarti, Para pihak yang berkontrak dapat secara mandiri mengatur pola hubungan-hubungan hukum diantara mereka, kekuatan perjanjian yang dibuat secara sah (*vide* Pasal 1320 BW) mempunyai daya berlaku seperti halnya undang-undang yang dibuat oleh legislator dan karenanya harus ditaati oleh para pihak (atau mengikat para pihak) bahkan jika dipandang perlu dapat dipaksakan dengan bantuan sarana penegakan hukum (hakim, juru sita)<sup>27</sup>.

<sup>25</sup>Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994, h. 61.

<sup>26</sup>Agus Yudha Hernoko 1, *Op.cit*, h. 83-84.

<sup>27</sup>Agus Yudha Hernoko 1, *Ibid.*, h. 128.

Keterikatan para pihak pada perjanjian adalah keterikatan kepada isi perjanjian, yang mana isinya ditentukan atau dalam hal-hal tertentu dianggap ditentukan oleh para pihak sendiri. Karena isinya mereka tentukan sendiri, maka orang sebenarnya terikat kepada janjinya sendiri, janji yang diberikan kepada pihak lain dalam perjanjian. Jadi orang terikat bukan karena ia menghendaki, tetapi karena ia memberikan janjinya.<sup>28</sup>

## 2. Kegagalan Penerima Waralaba Dalam Memenuhi Kewajiban Kontrak Waralaba

Terkait dengan kegagalan kontrak, dalam pembahasan berikut ini akan dibahas faktor penting yang mengakibatkan kegagalan pelaksanaan pemenuhan kewajiban kontraktual, yaitu wanprestasi. Perikatan yang bersifat timbal balik seperti kontrak waralaba antara pihak pemberi waralaba dengan

17

penerima waralaba dan sebaliknya yaitu penerima waralaba, sebagaimana pasif menimbulkan beban kewajiban bagi penerima waralaba (debitor) untuk melaksanakan prestasinya. Pada situasi normal antara prestasi dan kontra prestasi akan saling bertukar, namun pada kondisi tertentu pertukaran prestasi tidak berjalan sebagaimana mestinya sehingga muncul peristiwa yang disebut wanprestasi. Pelanggaran hak-hak kontraktual tersebut menimbulkan kewajiban ganti rugi berdasarkan wanprestasi, sebagaimana di atur dalam Pasal 1236 BW (untuk prestasi memberikan sesuatu) dan Pasal 1239 BW (untuk prestasi berbuat sesuatu). Selanjutnya terkait dengan wanprestasi tersebut Pasal 1243 BW menyatakan, bahwa:

“Penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampauinya”.

Debitor dinyatakan lalai apabila, (i) tidak memenuhi prestasi, (ii) terlambat berprestasi, dan (iii) berprestasi tetapi tidak sebagaimana mestinya. Namun demikian, pada umumnya wanprestasi baru terjadi setelah adanya pernyataan lalai (*in mora stelling; ingebereke stelling*) dari pihak kreditor kepada debitor.

Kelalaian atau kegagalan merupakan suatu situasi yang terjadi karena salah satu pihak tidak melakukan kewajibannya atau membiarkan suatu keadaan berlangsung sedemikian rupa (*non performance*), sehingga pihak lainnya dirugikan secara tidak adil karena tidak dapat menikmati haknya berdasarkan kontrak yang telah disepakati bersama. Karena itu, biasanya cedera janji dirumuskan secara aktif dalam arti bahwa, cedera janji terjadi jika pihak yang berkewajiban tidak melaksanakan kewajibannya atau secara pasif dengan membiarkan keadaan (yang seharusnya dicegah) sebagaimana yang

<sup>28</sup>*Ibid.*, h. 145.

dirumuskan dalam ketentuan-ketentuan tertentu.<sup>29</sup> Hal ini biasanya tercermin dalam klausula-klausula yang terdapat dalam perjanjian antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.

Ada kalanya dalam keadaan tertentu untuk membuktikan adanya wanprestasi penerima waralaba (debitor) tidak diperlukan lagi pernyataan lalai, misal:

- (i) Untuk pemenuhan prestasi berlaku tenggang waktu yang fatal (*fatale termijn*);
- (ii) Debitor menolak pemenuhan;
- (iii) Debitor mengakui kelalaiannya;
- (iv) Pemenuhan prestasi tidak mungkin (di luar *overmacht*);
- (v) Pemenuhan tidak lagi berarti (*zinloos*); dan
- (vi) Debitor melakukan prestasi tidak sebagaimana mestinya.<sup>30</sup>

Dengan adanya wanprestasi, pihak pemberi waralaba yang dirugikan sebagai akibat kegagalan pelaksanaan kontrak oleh pihak penerima waralaba mempunyai hak gugat dalam upaya menegakkan hak-hak kontraktualnya. Hal ini sebagaimana yang di atur dalam ketentuan Pasal 1267 BW yang menyatakan bahwa: "Pihak yang terhadapnya perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih; memaksa pihak yang lain untuk memenuhi kontrak, jika hal itu masih dapat dilakukan, atau menuntut pembatalan persetujuan, dengan penggantian biaya, kerugian dan bunga".

Hak pemberi waralaba tersebut dapat secara mandiri diajukan maupun dikombinasikan dengan gugatan lain, meliputi:

- a. Pemenuhan (*nakoming*) atau
- b. Ganti Rugi (*vervangende vergoeding; schadeloosstelling*); atau
- c. Pembubaran, pemutusan atau pembatalan (*ontbinding*), atau
- d. Pemenuhan ditambah ganti rugi pelengkap (*nakoming en aanvullend vergoeding*); atau
- e. Pembubaran ditambah ganti rugi pelengkap (*ontbinding en aanvullend vergoeding*).<sup>31</sup>

Pemenuhan (*nakoming*) merupakan prestasi primer sebagaimana yang diharapkan dan disepakati para pihak pada saat penutupan kontrak. Gugatan pemenuhan prestasi hanya dapat diajukan apabila pemenuhan prestasi dimaksud telah tiba waktunya untuk dilaksanakan (dapat ditagih).

Ganti rugi merupakan upaya untuk memulihkan kerugian yang prestasinya bersifat subsidair. Artinya, apabila pemenuhan prestasi tidak lagi dimungkinkan atau sudah tidak diharapkan lagi maka ganti rugi merupakan alternatif yang dapat dipilih oleh pemberi waralaba, ganti rugi dalam perjanjian waralaba dapat berupa denda. Sesuai dengan ketentuan pasal 1243 BW, ganti rugi meliputi:

---

<sup>29</sup>Budiono Kusumohamidjojo, *Panduan Untuk Merancang Kontrak*, Grasindo, Jakarta, 2001, h. 70-71.

<sup>30</sup>Agus Yudha Hernoko1, *Op.cit.*, h. 262.

<sup>31</sup>*Ibid.*, h. 263.

“Biaya (*kosten*),<sup>32</sup> rugi (*schaden*)<sup>33</sup> dan bunga (*interessen*).<sup>34</sup> Menurut Nieuwenhuis,<sup>35</sup> kerugian diartikan berkurangnya harta kekayaan pihak satu (pihak yang dirugikan), yang disebabkan oleh perbuatan (baik melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma (*i.c.* wanprestasi) oleh pihak lain (debitor). Kerugian dibentuk oleh perbandingan antara situasi yang sesungguhnya (bagaimana dalam kenyataannya, keadaan harta kekayaan sebagai akibat pelanggaran norma, *i.c.* wanprestasi) dengan situasi hipotesis (situasi itu akan menjadi bagaimana seandainya tidak terjadi pelanggaran norma *i.c.* wanprestasi) . Jadi kerugian disini terdiri dari dua unsur, yaitu (i) kerugian yang nyata diderita (*damnum emergens*), meliputi: biaya dan rugi, dan (ii) keuntungan yang tidak diperoleh (*lucrum cessans*), berupa bunga.<sup>36</sup>

### 3. Pembelaan Pihak Penerima Waralaba (Debitor) Yang Dituduh Wanprestasi

Kegagalan pelaksanaan kontrak oleh pihak debitor memberikan hak gugat kepada kreditor dalam upaya menegakkan hak-hak kontraktual. Hak kreditor tersebut, meliputi: pemenuhan, pembubaran dan ganti rugi. Namun demikian dalam proses penyelesaian sengketa yang berlangsung, penegakan hak kontraktual kreditor senantiasa berbanding terbalik dengan hak-hak kontraktual debitor. Artinya, hukum memberikan penghargaan yang sama kepada debitor untuk mempertahankan hak-hak kontraktualnya melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Mengajukan eksepsi atau tangkisan berdasarkan doktrin “pelepasan hak” (*rechtsverwerking*). Pelepasan hak ini didasarkan pada sikap kreditor yang terkesan menerima prestasi debitor, meskipun prestasi tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Sikap ini dapat terjadi secara *eksplisit* (tegas) atau *implisit* (diam-diam).
- b. Mengajukan eksepsi atau tangkisan berdasarkan doktrin “*exceptio non adimpleti contractus*”. Doktrin ini merupakan sarana pembelaan bagi debitor terhadap dalil gugatan kreditor, dimana tangkisan debitor tersebut isinya menyatakan bahwa kreditor sendiri tidak melaksanakan prestasi. “*Exceptio non adimpleti contractus*” hanya berlaku apabila tidak ditentukan dalam undang-undang atau tidak diperjanjikan para pihak dalam kontraknya (misal: tidak diperjanjikan untuk menjual sendiri melalui pelelangan umum/serta mengambil pelunasannya secara lebih mendahului dari kreditor-kreditor lainnya sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 6 UUHT). Hanya dalam

---

<sup>32</sup>Yang dimaksud biaya (*kosten*) adalah pengeluaran nyata yang telah dikeluarkan sebagai akibat wanprestasinya debitor, misal biaya perjalanan, biaya notaris.

<sup>33</sup>Yang dimaksud rugi (*schaden*) adalah berkurangnya harta kreditor sebagai akibat wanprestasinya debitor.

<sup>34</sup>Yang dimaksud bunga (*interessen*) adalah keuntungan yang seharusnya diperoleh kreditor seandainya tidak terjadi wanprestasinya.

<sup>35</sup>J.H. Nieuwenhuis, (terjemahan Djasadin Saragih), *Pokok-Pokok Hukum Perikatan (Judul Asli : Hoofdtukken Verbintenissenrecht)*, Universitas Airlangga, Surabaya, 1985, h. 57-58.

<sup>36</sup>Purwahid Patrik, *Op.cit.*, h. 14.

- hal para pihak tidak menentukan siapa yang harus berprestasi lebih dahulu, maka dalil *exceptio non adimpleti contractus* dapat diterima.
- c. Mengajukan eksepsi atau tangkisan karena adanya *overmacht* (*force majeure*, dayapaksa).<sup>37</sup>

#### D. Kesimpulan

- 1) Perjanjian waralaba merupakan bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba, untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.
- 2) Akibat hukum apabila pihak penerima waralaba tidak mentaati kontrak waralaba kewajiban memberikan ganti rugi berdasarkan wanprestasi.

### DAFTAR PUSTAKA

#### BUKU

- Badruzaman, Mariam Darus, *Perjanjian Kredit Bank*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1991.
- \_\_\_\_\_, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Buku III Tentang Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, 1996.
- \_\_\_\_\_, *Kompilasi Hukum Perikatan, Dalam Rangka Menyambut Masa Purna Bakti Usia 70 Tahun*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Budiono, Herlien, *Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia, Hukum Perjanjian Berlandaskan Asas-Asas Wigati Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Davidson, Daniel V., *et al.*, *Franchising dalam Comprehensive Business Law Principles and Cases*, Kent Pub. Comp., Boston, 1987.
- Fuady, Munir, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis) Buku Kesatu*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Hatta, Sri Gambir Melati, *Beli Sewa Sebagai Perjanjian Tak Bernama: Pandangan Masyarakat dan Sikap Mahkamah Agung Indonesia*, Alumni, Bandung, 2000.

<sup>37</sup>Agus Yudha Hernoko 1, *Op.cit.*, h. 269-270.

- Hernoko, Agus Yudha, *et.al.*, *Perkembangan Dan Dinamika Hukum Perdata Indonesia-Dalam Rangka Peringatan Ulang Tahun Ke-80 Prof. Dr. Mr R. Soetojo Prawirohamidjojo, S.H.*, Lutfansah Mediatama, Surabaya, 2009.
- \_\_\_\_\_, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011.
- Kusumohamidjojo, Budiono, *Panduan Untuk Merancang Kontrak*, Grasindo, Jakarta, 2001.
- Mashudi dan Mohammad Chidir Ali, *Bab-Bab Hukum Perikatan (Pengertian-Pengertian Elementer)*, Mandar Maju, Bandung, 1995.
- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2007.
- Metzger, *et.al.*, *Business Law and Regulatory Environment*, Irwin Homewood-Illinois, 1986.
- Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008.
- Niewenhuis, J.H., terjemahan Djasadin Saraghi, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan (Judul Asli : Hoofdtukken Verbintenissenrecht)*, Universitas Airlangga, Surabaya, 1985.
- Panggabean, Henry P., *Penyalahgunaan Keadaan (Misbruik van Omstandigheden) Sebagai Alasan (Baru) Untuk Pembatalan Perjanjian (Berbagai Perkembangan Hukum di Belanda)*. Cet. I, Liberty, Yogyakarta, 1992.
- Patrik, Purwahid, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994.
- Pelletier, George A., *Franchise Contract-Reviewing the Franchise Contract*, Practicing Law Institute Pub., New York, 1990.
- Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1995.
- Satrio, J., *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian, Buku II*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- \_\_\_\_\_, *Wanprestasi Menurut KUHPerdata, Doktrin dan Yurisprudensi*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2012.
- Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Jakarta, 1987.

- Sjadeini, Sutan Remy, *Kebebasan Berkontrak Dan perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia (IBI), Jakarta, 1993.
- Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007.
- Sumardi, Juajir, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Multi Nasional*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- Suryodiningrat, R.M., *Azas-Azas Hukum Perikatan*, Tarsito, Bandung, 1995.
- Ukardi, Syamsudin, *Permasalahan Pada Pengalihan Teknologi Di Bidang Industri*, Bina Cipta, Surabaya, 1981.
- Widjaja, Gunawan, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta, Jakarta, 2001.
- Van der Wal, Gerald, *General Background and European Community Aspect of Agency, Distributionships and Franchising*, Kluwer, 1990.

#### **MAKALAH, JURNAL, ARTIKEL DAN LAINNYA**

- Barnawi, Yenny, *Masalah Tanggung Jawab Dalam Usaha Franchise*, Makalah, BPHN, 1993.
- Departemen Perdagangan, *Laporan Studi Identifikasi Jenis Usaha Franchise dan Rekomendasi Kerangka kebijakan Serta perkembangann Franchise di Indonesia*, Hasil Penelitian bekerjasama dengan Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, Jakarta, 1990.
- Harian Surya, *Waralaba Lokal Potensial Tetapi Minim Dana*, halaman 3, tanggal 10 Desember 2011.
- Hernoko, Agus Yudha, *Yuridika*, Volume 15, No. 2 Maret 2000, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2000.
- Hutagalung, Bermand, *Sepuluh Faktor Kunci Sukses Bisnis Franchise*, Bag. I, dalam *Business News*, No. 294/VI/1995.

#### **PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.  
Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.  
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 90,  
Tambahkan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4742.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259 1997 Tentang  
Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-  
DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.