

## **WANPRESTASI PADA PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) PADA SALON YEMEMBER**

**LALU PITRA NUGRAHA F**

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email : [lalufitra@gmail.com](mailto:lalufitra@gmail.com)

**MOHAMMAD IRFAN**

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email : [muhammadirfan@unram.ac.id](mailto:muhammadirfan@unram.ac.id)

**ZAINAL ARIFIN DILAGA**

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email : [arifindilaga@unram.ac.id](mailto:arifindilaga@unram.ac.id)

Received: 2025-01-29; Reviewed: 2025-04-09; Accteped: 2025-05-26; Published: 2025-05-29

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana syarat dalam bisnis waralaba serta penyelesaian wanprestasi pada kedua belah pihak. Metode pendekatan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dalam menyelesaikan permasalahan dengan pelaksanaan perjanjian. Prosedur bisnis waralaba menurut PP No. 42 Tahun 2007 mencakup pendaftaran merek, penyusunan dokumen, serta pemenuhan standar operasional dan transparansi informasi antara pemberi dan penerima waralaba. Jika terjadi wanprestasi, penyelesaian sengketa sebaiknya diawali dengan mediasi, dilanjutkan dengan arbitrase atau gugatan ke pengadilan jika diperlukan. Ketidaksesuaian amar putusan Nomor 550K/Pdt/2014 yang menolak permohonan kasasi yaitu Thio Inge Catherine selaku penerima waralaba (*franchisee*) dikarenakan putusan tersebut sudah tidak menelaah lebih jauh tentang salah satu syarat bisa dikatakan sahnya perjanjian yakni kesepakatan dan makna dari asas proporsionalitas.

**Kata Kunci : Perjanjian; Wanprestasi; Waralaba.**

### **ABSTRACT**

This research study aims to determine both parties' franchise business requirements and the default settlement. The approach method uses a legislative approach and a case approach. The type of research is normative legal research. The conclusion of the research conducted in resolving issues with the implementation of the agreement. Franchise business procedures according to PP No. 42 of 2007 include trademark registration, document preparation, as well as compliance with operational standards and information transparency between franchisors and franchisees. If a breach of contract occurs, dispute resolution should begin with mediation, followed by arbitration or a lawsuit in court if necessary. The inconsistency in the ruling of Decision Number 550K/Pdt/2014, which rejected the cassation request by Thio Inge Catherine as the franchisee, is because the decision did not further examine one of the requirements for the validity of an agreement, namely the agreement and the meaning of the principle of proportionality.

**Keywords: Agreement; Default; Franchise.**

## I. PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi, masyarakat dapat melakukan berbagai macam pekerjaan untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya menjadi wirausahawan. Munculnya struktur bisnis kontemporer yang berkembang di masyarakat memungkinkan masyarakat untuk memulai bisnis baru melalui sistem waralaba modern. Setiap transaksi bisnis membutuhkan perjanjian, yang membentuk dasar hukum untuk hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian waralaba. Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, waralaba adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha terhadap sistem bisnis untuk memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), waralaba atau bisnis *franchise* memiliki arti kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai kesepakatan yang mencakup dengan hak kelola serta hak pemasaran. Jadi secara dasar bisa dipahami jika bisnis waralaba merupakan sebuah usaha atau bisnis yang berlandaskan atas kesepakatan. Anda sepakat untuk mengelola serta menjalankan segala aspek pada bisnis waralaba termasuk promosi dan operasionalnya.

Berkaitan dengan hubungan kontraktual dalam perjanjian waralaba, hal ini dapat dilihat dalam Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014, terkait dengan perjanjian Waralaba. Kedua pengusaha mengadakan kerja sama yang dituangkan dalam perjanjian waralaba.<sup>1</sup> Namun dalam pelaksanaannya, kerja sama menimbulkan sengketa. Ny. Naniek Soetrisno selaku pemilik salon kecantikan Salon Yemember mengajukan klaim kepada Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) Perwakilan Surabaya terhadap Ny. Thio Inge Catherine selaku pemilik salon kecantikan De Grace dan diregister dengan No. 31/ARB/BANISBY/I/2012, yang telah diputus pada tanggal 21 Juni 2012 yang salah satunya Menyatakan Termohon melakukan perbuatan ingkar janji/Wanprestasi dan Menyatakan Perjanjian Kerjasama Waralaba yang dibentuk dan disahkan di hadapan notaris pada tanggal 31 Agustus 2010 dinyatakan berakhir dan tidak mengikat baik pemohon maupun termohon. Hal ini yang menjadi problematika di masyarakat karena belakangan ini banyak sekali perjanjian waralaba yang dibentuk oleh para pihak yang memiliki *bergaining position* yang berbeda di mana pihak yang kuat lebih mendominasi dalam penyusunan klasula perjanjian waralaba dibanding pihak lain yang memiliki posisi lebih lemah.

<sup>1</sup> Bagus Indra Dwi Perwira, "Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba" (Skripsi, Universitas Mataram, 2018).

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana prosedur dan syarat-syarat dalam menjalankan bisnis waralaba berdasarkan pp no 42 tahun 2007 dan bagaimana penyelesaian kontrak waralaba jika terjadi wanprestasi antara penerima dan pemberi waralaba.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk wanprestasi yang dilakukan dari franchise dan untuk mengkaji dan menganalisa akibat hukum atas wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba dan upaya penyelesaiannya.<sup>2</sup>

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian skripsi ini adalah penelitian hukum normatif. Metode penelitian hukum ini juga dapat disebut Dogmatik Hukum. Penelitian Dogmatik Hukum merupakan penelitian untuk menemukan, menghimpun bahan-bahan hukum dan mengevaluasi hukum positif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Pada penelitian hukum jenis ini, acapkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai suatu kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.

## III. PEMBAHASAN

### 3.1. PROSEDUR DAN SYARAT-SYARAT DALAM MENJALANKAN BISNIS WARALABA BERDASARKAN PP NO 42 TAHUN 2007

Menurut Pasal 1 Ayat (2) PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, pemberi waralaba, juga dikenal sebagai franchiser, adalah individu atau organisasi yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Penerima waralaba lanjutan utama, juga dikenal sebagai master franchisee, adalah individu atau badan hukum yang ditunjuk oleh pemberi waralaba utama untuk menunjuk penerima waralaba selanjutnya di wilayah lain. Penerima waralaba, juga dikenal sebagai penerima waralaba, adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan<sup>3</sup> menggunakan waralaba pemberi waralaba. Master franchisee ini memungkinkan franchisor untuk mengembangkan bisnisnya di wilayah lain.

#### a. Memiliki SOP

SOP merupakan singkatan dari *Standard Operating Procedure* atau Standar Operasional Prosedur, merupakan aturan standar untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan standar perusahaan yang berlaku.

<sup>2</sup> Bella Katrinasari and Hernawan Hadi, "Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalty Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba," *Jurnal Privat Law* 5, no. 1 (2017): 85–94.

<sup>3</sup> Dermina Dalimunthe, "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bw)," *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyahriaan Dan Keperdataan* 3, no. 1 (2017): 12–29.

**b. Mendaftarkan Merek Anda**

Langkah selanjutnya adalah pastikan brand atau merek Anda sudah terdaftar di Hak Kekayaan Intelektual atau HAKI. Dalam HAKI, terdapat Hak Cipta, Hak Merek, dan Hak Paten.

**c. Memiliki Ciri Khas Menarik**

Pastikan jika brand atau produk Anda memiliki ciri khas yang menarik. Tujuannya, agar produk atau brand Anda dapat dibedakan dengan brand lainnya. Selain itu, ciri khas yang menarik dapat menjadi identitas usaha Anda di Masyarakat. Ciri khas yang menarik juga dapat membuat penjualan produk Anda jadi lebih baik karena memiliki identitas yang jelas. Jadi, pastikan jika perusahaan Anda memiliki ciri khas yang menarik.<sup>4</sup>

**d. Catatan Keuangan Jelas**

Syarat selanjutnya adalah perusahaan Anda memiliki riwayat tatacatatan keuangan yang jelas.

**e. Memberikan Dukungan Penuh**

Poin selanjutnya adalah pemilik franchise atau franchisor perlu memberikan dukungan penuh untuk franchisee atau pihak yang membeli waralaba dari perusahaan Anda.

Syarat untuk Memulai Bisnis Waralaba

1. **Pendaftaran Waralaba:** Pemilik waralaba (franchisor) harus mendaftarkan merek dagang dan sistem waralabanya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
2. **Dokumen Informasi Waralaba:** Franchisor wajib menyediakan dokumen informasi waralaba yang mencakup informasi penting tentang usaha, termasuk latar belakang perusahaan, informasi produk, dan rincian mengenai sistem waralaba.
3. **Merek Dagang Terdaftar:** Merek yang digunakan dalam bisnis waralaba harus terdaftar dan dilindungi secara hukum.
4. **Standar Operasional:** Franchisor harus menyediakan standar operasional yang jelas untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk atau layanan.

Prosedur Menjalankan Bisnis Waralaba.

1. **Pendaftaran:** Franchisor harus mendaftarkan waralaba ke Kementerian Perdagangan, termasuk menyerahkan dokumen yang diperlukan.<sup>5</sup>
2. **Penyusunan Perjanjian Waralaba:** Franchisor dan franchisee (pihak yang membeli hak waralaba) perlu menyusun dan menandatangani perjanjian waralaba yang mencakup hak dan kewajiban kedua belah pihak.

<sup>4</sup> Amir Karamoy, *Percaturan Waralaba Indonesia* (Jakarta: Foresight Asia, 2013).

<sup>5</sup> A. Qirom Syamsuddin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian* (Yogyakarta: Liberty, 1985).

3. **Pelatihan dan Dukungan:** Franchisor wajib memberikan pelatihan kepada franchisee untuk memastikan pemahaman dan kemampuan dalam menjalankan bisnis sesuai standar.
4. **Monitoring dan Evaluasi:** Franchisor harus melakukan monitoring terhadap franchisee untuk memastikan kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan.
5. **Kepatuhan Hukum:** Baik franchisor maupun franchisee harus mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, termasuk pajak dan peraturan bisnis lainnya.<sup>6</sup>

### 3.2. Penyelesaian Kontrak Waralaba Jika Terjadi Wanprestasi Antara Penerima dan Pemberi Waralaba

Dalam pasal 24 UUD 1945 bahwa kekuasaan kehakiman dilakukan oleh sebuah Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya dalam lingkungan Peradilan Umum, lingkungan Peradilan Agama, Lingkungan Peradilan Militer, Lingkungan Peradilan Tata Usaha Negara, dan oleh Mahkamah Konstitusi. Pada pasal 24 mengisyaratkan bahwa penyelesaian sengketa yang terjadi di kalangan masyarakat dilakukan melalui jalur pengadilan (litigasi).

Ny. THIO INGE CATHERINE, bertempat tinggal di Puncak Permai I/30, RT. 001/RW. 001, Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya, dalam hal ini memberi kuasa kepada JUSTIN MALAU, S.H., M.H., dan kawankawan, Para Advokat, pada Kantor Hukum "JUSTIN MALAU, S.H.,

M.H. & PARTNERS", beralamat di Kompleks Ruko Andhika Plaza Blok B-5 Nomor VIII, Jalan Simpang Dukuh Nomor 38-40 Surabaya, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 22 Mei 2013; Pemohon Kasasi dahulu Penggugat melawan Ny. NANIEK SOETRISNO, bertempat tinggal di Boulevard Raya Nomor 2, Sukajadi, RT. 004/RW. 001, Kelurahan Sukajadi, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, dalam hal ini memberi kuasa kepada ADJIZ GUNAWAN WIBOWO, S.H., dan kawankawan, Para Advokat pada Kantor Hukum "ADJIZ GUNAWAN WIBOWO, S.H., & PARTNERS" beralamat di Jalan Rangka I/59 Surabaya, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 23 Agustus 2013; Termohon Kasasi dahulu Tergugat

Menimbang, bahwa dari surat-surat tersebut ternyata bahwa sekarang Pemohon Kasasi dahulu sebagai Penggugat/Pembanding telah menggugat sekarang Termohon Kasasi dahulu sebagai Tergugat/Terbanding di muka persidangan Pengadilan Negeri Surabaya pada pokoknya atas dalil-dalil:

Bahwa Penggugat adalah pemilik Salon kecantikan De Grace yang melayani jasa perawatan kecantikan rambut yang beralamat di Jalan Sukomanunggal Jaya 3-Z/26 Surabaya;

<sup>6</sup> Nurmaningsih Amriani, *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata Di Pengadilan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).

Bahwa Tergugat adalah pemilik Salon Perawatan Kecantikan dan Pelangsingan "Yemember" yang melayani jasa perawatan kecantikan dan pelangsingan tubuh yang beralamat di Jalan Ngagel Jaya Selatan Nomor 159 Surabaya;

Bahwa pada akhir Juli 2010 Penggugat mengenal Tergugat melalui iklan Salon Perawatan Kecantikan dan Pelangsingan "Yemember" di media massa Jawa Pos. Pada saat itu Penggugat menghubungi Tergugat karena berniat untuk menawarkan kerjasama usaha dengan system bagi hasil kepada Tergugat. Maksud dan tujuan Penggugat dalam hal ini adalah untuk mengembangkan usaha Salon De Grace milik Penggugat dengan menambahkan jasa pelayanan perawatan kecantikan dan pelangsingan tubuh seperti yang tersedia pada Salon Yemember milik Tergugat; Bahwa Tergugat pada saat itu menanggapi penawaran Penggugat dengan baik, hanya saja Tergugat menolak untuk bekerja dengan system bagi hasil seperti yang ditawarkan Penggugat, tetapi Tergugat justru menawarkan kerjasama dengan system jual-beli waralaba (franchise) kepada Penggugat agar selanjutnya Penggugat membuka cabang Salon Yemember sebagai pengganti Salon De Grace milik Penggugat dan Tergugat bersedia dan berjanji memberikan wilayah usaha untuk Penggugat di area Surabaya Barat secara keseluruhan;

Bahwa Tergugat berniat menjual system waralaba (franchise) Salon Yemember dengan harga sebesar Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), dengan jangka waktu kontrak selama 7 (tujuh) tahun dan Tergugat mewajibkan kepada Penggugat untuk melakukan pembayaran royalti sebesar 3% dari nilai omzet salon tersebut

Seperti pada perkara perjanjian waralaba yang dibentuk oleh Thio Inge Catherine selaku pemilik Salon kecantikan De Grace dan Naniek Soetrisno pemilik Salon Yemember Surabaya. Pengaturan perjanjian waralaba dapat dilihat dalam Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Ketentuan tersebut menjelaskan bahwa Franchisor atau pewaralaba memberikan sebuah lisensi kepada Franchisee atau terwaralaba dimana dengan hak tersebut terwaralaba dapat menjelaskan usaha dengan menggunakan merek dagang pewaralaba. Izin yang diberikan berupa lisensi penggunaan merek dagang yang pada umumnya pemberi waralaba menerima pembayaran royalty fee diawal sebelum waralaba berjalan dan pembayaran *royalty fee* berupa keuntungan berkala dari penerima waralaba.

Kasus ini berawal dari tahun 2012 dimana Naniek Soetrisno pemilik salon Yemember selaku termohon mengajukan klaim. kepada Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) Perwakilan Surabaya terhadap pemohon (dahulu selaku termohon) dan diregister dengan No. 31/ARB/BANISBY/I/2012, perkara mana telah diputus pada tanggal 21 Juni 2012 yang inti amar putusannya menyatakan bahwa Termohon melakukan perbuatan ingkar janji/Wanprestasi dan menyatakan Perjanjian Waralaba yang disahkan di depan Notaris pada 31 Agustus 2010 dinyatakan berakhir dan sudah dibayarkan kepada Pemohon, yang menyangkut Perjanjian Kerjasama Waralaba tidak

dapat diminta kembali. Perkara ini berjalan terus menerus sampai pada tingkat kasasi dimana Thio Inge Catherine pemilik Salon De Grace sebagai Pemohon Kasasi dahulu Penggugat Konvensi/Tergugat Rekonvensi/Pembanding mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Surabaya.

Bisa dikatakan perjanjian tersebut proporsional ketika pembentukan perjanjian tersebut didasari dengan adanya tukar menukar kewajiban dan hak pihak ke satu dan pihak kedua secara proporsional pula agar perjanjian tersebut fair bagi para pihak.<sup>7</sup> Dalam mengukur kadar proporsionalitas baiknya diukur melalui semua tahapan hak dan kewajiban yang telah ditukar satu sama lain. Khususnya pada bidang waralaba (*franchise*) terdapat klausula sebagai berikut:

a. Klausul *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*

Pencantuman klausul *franchise fee* dan *royalty* ini difungsikan agar penerima waralaba (*franchisee*) wajib melaksanakan kewajibannya untuk membayar sejumlah nilai yang merupakan bagian dari komitmen untuk bekerja sama dalam perjanjian waralaba. Pembayaran *franchise fee* ini pada umumnya dilakukan pada masa awal pelaksanaan hubungan kontraktual, sehingga *franchise fee* dibayarkan sebelum waralaba beroperasi. Jenis pembayaran lainnya adalah *royalty fee* yang pada umumnya dibayarkan di awal sebelum waralaba tersebut beroperasi dengan jumlah tertentu sesuai dengan presentase omset waralaba dan kesepakatan dalam perjanjian.

Perjanjian waralaba antara Salon Yemember dengan Salon Degracet telah memenuhi klausul *franchise fee* dan *royalty fee*. Hal ini ditunjukkan dalam dalil penggugat di depan sidang Pengadilan Negeri Surabaya pada angka 5 yang menyebutkan bahwa Tergugat berniat menjual sistem waralaba (*franchise*) Salon Yemember dengan harga sebesar lima ratus juta rupiah, dengan jangka waktu kontrak selama 7 (tujuh) tahun dan tergugat mewajibkan kepada Penggugat untuk melakukan pembayaran royalti sebesar 3% dari nilai omzet salon yang diwaralabakan.

b. Klausul Penggunaan Bahan atau Produk Waralaba

Fungsi dari adanya pencantuman klausul penggunaan bahan atau produk waralaba ini adalah untuk menjaga kualitas produk supaya tetap memenuhi standar mutu yang ditentukan di awal. Dalam hal ini perjanjian yang dibentuk oleh para pihak dalam kasus ini Naniek Soetrisno Termohon Kasasi dahulu Tergugat Konvensi/Penggugat Rekonvensi/Terbanding telah bersalah melakukan wanprestasi dimana Tergugat tidak mengganti beberapa mesin yang rusak dengan mesin baru meskipun Tergugat berjanji apabila ada kerusakan mesin dalam waktu 7 hari pemakaian akan

<sup>7</sup> Jessicha Tengar Pamolango, "Tinjauan Yuridis Terhadap Kewenangan Arbitrase Dalam Penyelesaian Sengketa" (Skripsi, Universitas Samratulangi, 2017).

mengganti dengan mesin baru atau bertanggung jawab untuk memperbaiki mesin yang rusak tersebut dan Tergugat tidak memenuhi janjinya untuk *supply* obat-obatan perawatan selama 3 bulan pertama bahkan ketika Penggugat menanyakan dimana harus membeli obat-obatan tersebut Tergugat tidak mau memberitahu dan terkesan sengaja menutup-nutupi. Sehingga terlihat sekali bahwa *Franchisor* tidak memenuhi asas proporsionalitas karena telah melanggar seperti yang sudah dijelaskan di atas.

c. Klausul Daerah Pemasaran Eksklusif

Berkaitan dengan kebijakan untuk mengatur jaringan pendistribusian yang dilakukan penerima waralaba, untuk itu pencantuman klausul daerah pemasaran eksklusif ini sangat penting agar mengantisipasi adanya persaingan bisnis yang sama dengan *franchisee* lainnya. Sehingga klausul ini dapat memberikan jaminan hasil investasi yang sudah ditanamkan oleh *franchisee* sesuai dengan wilayah pasarnya.

Dalam perkara ini Penggugat sangat keberatan dengan kerugian yang dialami yaitu salah satunya tentang hak wilayah usaha yang dibatasi hanya pada area Sukomanunggal saja, yang seharusnya sesuai janji Tergugat memberikan hak wilayah usaha di Surabaya Barat seluruhnya. Penggugat sempat datang ke kantor Notaris Yahya Puteri Wijaya, S.H., untuk meminta kejelasan dan meminta agar dilakukan addendum/perubahan atas perjanjian jual beli tersebut, tetapi Tergugat justru tidak dapat dihubungi sehingga addendum/perubahan tidak dapat dilakukan tanpa kehadiran salah satu pihak.

d. Klausul Pengawasan

Klausul pengawasan dicantumkan dalam menjaga komitmen antara penerima waralaba dengan pemberi waralaba hal itu berkaitan dengan nama baik produk milik franchisor. Oleh karena itu franchisor wajib melakukan pengawasan yang rutin dan ketat agar dapat mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang baik terhadap pelanggan supaya berpengaruh terhadap jalannya usaha waralabanya.

Melainkan dalam kasus ini Tergugat tidak melaksanakan kewajibannya untuk memberikan pelatihan yang seharusnya dalam Pasal 6 Akta Perjanjian Kerjasama Waralaba Nomor 34 tanggal 31 Agustus 2010 yang dibuat dan ditandatangani Pemohon Kasasi dan Termohon Kasasi di hadapan Natalya Yahya Puteri Wijaya, S.H., Termohon Kasasi harus mentraining karyawan Pemohon Kasasi selama 3 (tiga) bulan. Namun Tergugat hanya melakukan *training* 10 hari sebelum opening Yemember dan 16 hari setelah opening Yemember. Jadi Termohon Kasasi hanya melatih terapis 26 hari saja dan setelah itu Termohon Kasasi pergi. Melihat hal tersebut terlihat sekali Tergugat terkesan hanya ingin meraup pembayaran dari nilai franchise-nya saja, kemudian "ditinggal pergi" begitu saja. Nampak sekali mulai

dari tidak dilakukannya penggantian mesin-mesin perawatan yang telah rusak dan tidak dikirimkannya kembali (*supply*) obat-obatan perawatan kepada Penggugat.

Berdasarkan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba telah ditegaskan: "Pemberi Waralaba harus melakukan pelatihan, mentoring manajemen operasional, menentukan target pasar dan pemasaran, penelitian, serta pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkelanjutan". Selain itu telah ditegaskan dalam penjelasan atas Pasal 8 tersebut bahwa "Pembinaan yang dilakukan pewaralaba dilaksanakan secara berkelanjutan, salah satunya mengadakan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dijalankan oleh Terwaralaba." Sehingga terlihat sekali dimana Franchisor hanya mengumbar janji saja untuk memberikan bantuan serta dukungan baik materiil maupun immateriil kepada Penggugat sebagai Franchisee dalam menjalankan bisnis tersebut, sampai dengan Penggugat dapat mencapai hasil sesuai yang diharapkan.

e. Klausul Kerahasiaan

Selain klausul-klausul di atas klausul kerahasiaan ini juga tidak kalah penting dalam pencantuman di perjanjian waralaba dalam mengikat penerima waralaba supaya tidak melanggar kerahasiaan yang telah dilisensikan kepada pihak lain atas izin pemberi waralaba. Hal ini merupakan bentuk dari penggunaan dan pemanfaatan HAKI, besarnya investasi dan pertimbangan lainnya.

Tidak hanya dari pihak Tergugat saja yang bertindak tidak sesuai dengan Asas proporsionalitas, pihak Penggugat dalam hal ini pemilik salon De Grace sebagai penerima waralaba (*franchisee*) telah mencemarkan dan merugikan nama baik Salon Yemember yang memiliki hak merk sertam merugikan dan menimbulkan persaingan yang tidak sehat, hal ini bertentangan dengan Perjanjian Kerjasama Waralaba dengan Penggugat sebagai Franchisor sebagaimana yang diatur dalam Pasal 6.C tentang Non Kompetisi, dimana Tergugat telah dengan sengaja selain memasang papan nama yang cukup besar di salon miliknya yang terletak di Jalan Sukomanunggal Jaya 3 Z Nomor 36 (Chofa Ruko) ditambah lagi dengan memuat iklan di harian Jawa Pos tanggal 17 Nopember 2010 dengan papan nama berjudul De Grace yang di bawah tulisan tersebut dituliskan dengan tulisan yang menggunakan huruf yang lebih kecil yaitu tulisan "with Yemember" dan tidak sebagaimana mestinya seperti iklan di harian Jawa Pos tanggal 08 Oktober 2010 yaitu cukup dengan nama Yemember. "Sejalan dengan pendapat diatas, Peter Mahmud zuki menyebutkan asas proporsionalitas dapat ditafsirkan sebagai suatu hubungan yang menunjukkan kesetaraan, tidak berat sebelah dan mengutamakan keadilan yang artinya hubungan kontraktual tersebut pada umumnya berjalan secara proporsional."

Amar Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014 menyatakan menolak permohonan kasasi dari pemohon kasasi sehingga pemohon kasasi ada di posisi pihak yang kalah. Apabila

diamati terdapat beberapa hal dalam pelaksanaan perjanjian waralaba yang dibentuk oleh kedua belah pihak tersebut tidak sesuai dengan Asas proporsionalitas dimana sebelum pembentukan perjanjiannya dimulai, pada tahapan negosiasi Tergugat yang awalnya menawarkan kerjasama dengan system jual-beli waralaba (*franchise*) kepada Penggugat untuk membuka cabang Salon Yemember sebagai pengganti Salon De Grace milik Penggugat yang pada saat itu Tergugat bersedia dan berjanji memberikan wilayah usaha untuk Penggugat di area Surabaya Barat secara keseluruhan. Namun di dalam perjanjian hak wilayah usaha dibatasi hanya pada area Sukomanunggal saja, yang seharusnya sesuai janji Tergugat memberikan hak wilayah usaha di Surabaya Barat seluruhnya. Hal itu sangat jelas terjadi pengingkaran janji yang sangat merugikan pihak Penggugat.

## **IV. PENUTUP**

### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan PP No. 42 Tahun 2007, prosedur untuk menjalankan bisnis waralaba melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, pihak pemberi waralaba harus melakukan pendaftaran merek dan mendapatkan izin usaha yang sah. Selanjutnya, penyusunan dokumen waralaba menjadi krusial, yang mencakup perjanjian waralaba, manual operasional, dan informasi mengenai dukungan yang akan diberikan kepada penerima waralaba. Syarat-syarat yang harus dipenuhi mencakup adanya standar operasional yang jelas, pelatihan bagi penerima waralaba, dan ketersediaan sumber daya yang memadai untuk mendukung kelancaran bisnis. Pemberi waralaba juga harus memastikan transparansi dalam informasi yang diberikan kepada penerima waralaba agar proses kemitraan dapat berjalan dengan baik.

Ketika terjadi wanprestasi antara penerima dan pemberi waralaba, penyelesaian kontrak harus dilakukan secara hati-hati dan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati dalam perjanjian. Langkah pertama yang disarankan adalah melakukan mediasi untuk mencari kesepakatan yang saling menguntungkan, sebelum melangkah ke proses hukum. Jika mediasi tidak membuahkan hasil, pihak yang dirugikan dapat menggunakan arbitrase sebagai alternatif penyelesaian sengketa, yang umumnya lebih cepat dan efisien. Dalam situasi yang lebih serius, gugatan dapat diajukan ke pengadilan untuk menuntut ganti rugi atau pelaksanaan kewajiban yang telah disepakati dalam kontrak.

### **4.2. Saran**

Bagi Termohon (*franchisee*) sebaiknya jangan mudah terpengaruh dalam keuntungan semata harus meneliti lebih baik dan detail dalam memilih penanaman modal dalam suatu usaha franchising dan sama halnya dengan *franchisor* agar perjanjian waralaba dapat berjalan dengan baik, maka *franchisee* bersama-

sama dengan *franchisor* harus memenuhi kewajibannya masing-masing agar hak dari kedua belah pihak sama-sama terpenuhi, dan yang jelas terhindar dari perselisihan, serta bagi seluruh lapisan warga masyarakat secara umum, dengan adanya tulisan ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan ilmu pengetahuan mengenai perlindungan hukum bagi *franchisee* dalam hal pemutusan perjanjian waralaba.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A. Qirom Syamsuddin Meliala. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian*. Yogyakarta: Liberty, 1985.
- Amir Karamoy. *Percaturan Waralaba Indonesia*. Jakarta: Foresight Asia, 2013.
- Bagus Indra Dwi Perwira. "Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba." Skripsi, Universitas Mataram, 2018.
- Bella Katrinasari, and Hernawan Hadi. "Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalty Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba." *Jurnal Privat Law* 5, no. 1 (2017): 85–94.
- Dermina Dalimunthe. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bw)." *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyariahan Dan Keperdataan* 3, no. 1 (2017): 12–29.
- Jessicha Tengar Pamolango. "Tinjauan Yuridis Terhadap Kewenangan Arbitrase Dalam Penyelesaian Sengketa." Skripsi, Universitas Samratulangi, 2017.
- Nurmaningsih Amriani. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata Di Pengadilan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.