

# Persoalan Hukum dalam Pengembangan Bisnis Waralaba Kuliner: Kajian Terhadap Perkembangan Waralaba Kuliner Asing Versus Waralaba Kuliner Tradisional

*by* Putu Samawati

---

**Submission date:** 13-Apr-2023 03:13PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2063315546

**File name:** Waralaba\_Convert.pdf (546.18K)

**Word count:** 30606

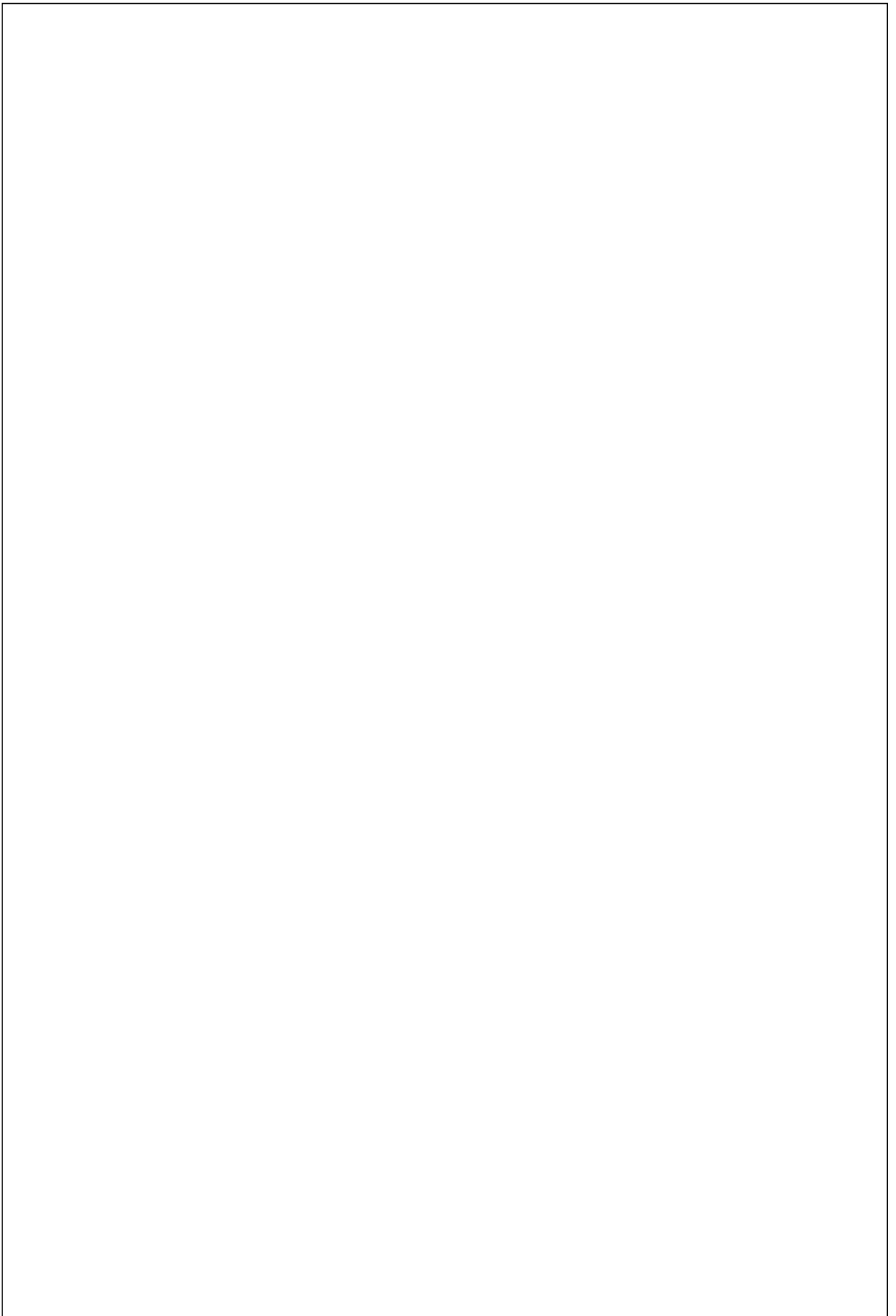
**Character count:** 238863

**PERSOALAN HUKUM DALAM  
PENGEMBANGAN BISNIS  
WARALABA KULINER**

---

*Kajian Terhadap Perkembangan Waralaba Kuliner  
Asing Versus Waralaba Kuliner Lokal*

---



Putu Samawati, S.H.,M.H.

**PERSOALAN HUKUM DALAM  
PENGEMBANGAN BISNIS  
WARALABA KULINER**

---

*Kajian Terhadap Perkembangan Waralaba Kuliner  
Asing Versus Waralaba Kuliner Lokal*

---



**PERSOALAN HUKUM DALAM PENGEMBANGAN  
BISNIS WARALABA KULINER**

**Putu Samawati, S.H.,M.H.**

---

Editor

**Hj. Helmanida, S.H.,M.Hum.**

**Rdn. Muhammad Ikhsan, S.H.,M.H.**

Setting dan Desain Cover

**Dian Triyani**

Penerbit

**TUNGGAL MANDIRI**

Anggota IKAPI JTI No. 120

Jln. Taman Kebun Raya A-1 No. 9

Pakis – Malang 65154

Tlp./Faks (0341) 795261/2991813

e-mail: [tunggalmandiri.cv@gmail.com](mailto:tunggalmandiri.cv@gmail.com)

Cetakan Pertama, Desember 2014

Jumlah: x + 166 hlm.

Ukuran: 15,5 x 23 cm

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

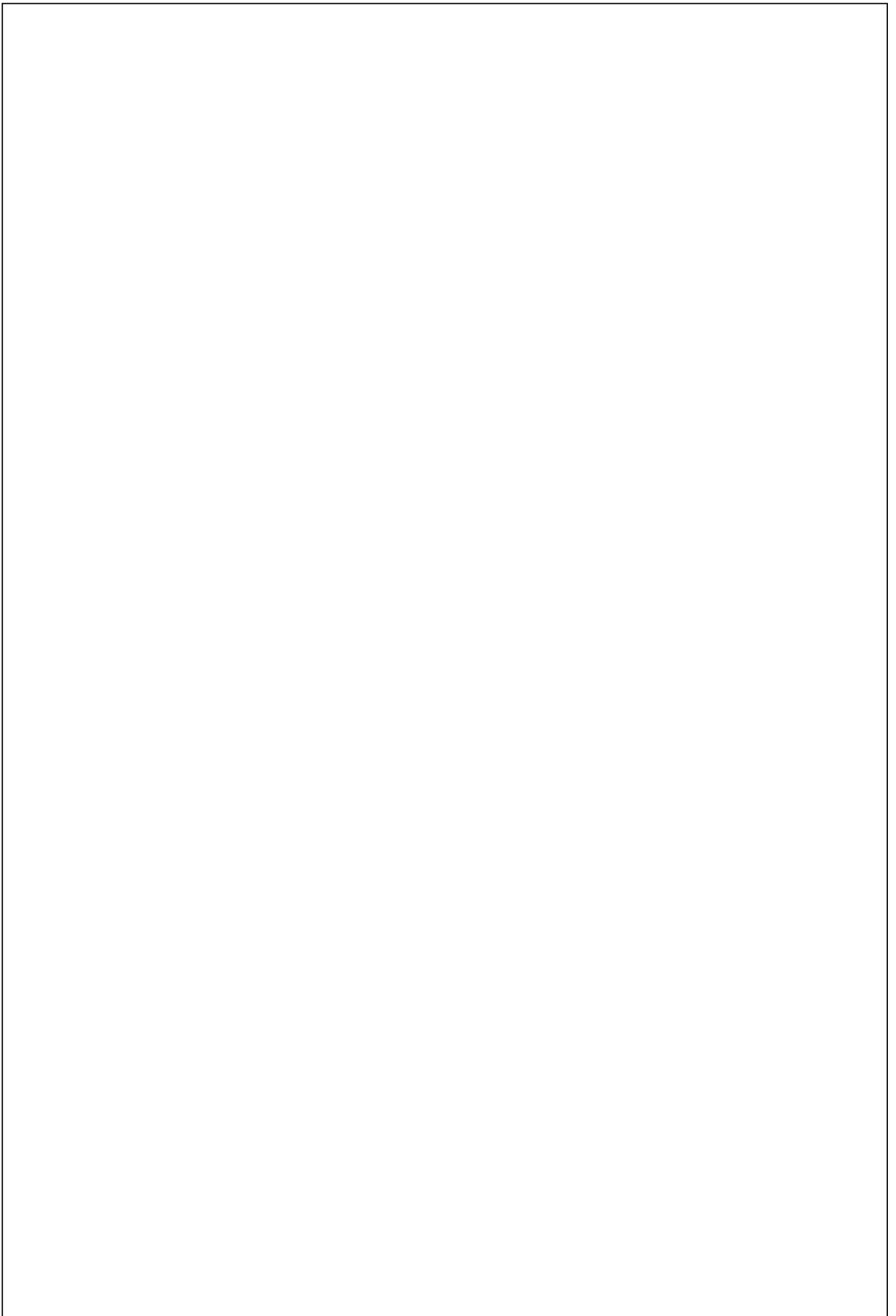
**ISBN: 978-602-8878-54-8**

23

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit.

*Dipersembahkan untuk yang tercinta dan tersayang:*

Papa H. M. Saleh Ismail dan Mama Hj. Made Suarti;  
Bapak Mertua Abdurrahman dan Ibu Metua Munirah;  
Suamiku Budi Purwanto, S.Pi.;  
Belahan Jiwa Bunda Nadhifa Faiha Hisanah dan Danesha Achaya Fazila;  
Adik-adikku Made Rachmawati, ST., dr. Casa Nova Ayati, S.PoG., M.  
Mademsah Imran, ST., drg. Febrianti, M. Albar Usman, dan Rifdah  
Wafaa;  
Adik-Adik Iparku Wawan Yunanto, ST.MT., dr. Aprianto Ridwan, Ika  
Setyaningrum, ST., Bambang Pujiyanto, S.Pd., Elly Fatmawati, Adi  
Prasetyo Wibowo, AMd., Dian Puput Fitasari, dan Fenita Puri Mekarsari;  
Sahabat dan Rekan-Rekan di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;  
Mahasiswaku Tercinta dan Para Pembaca Budiman.



## Kata Pengantar

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan bagi penulis dalam menjalankan aktifitas akademik yang menjadi bagian dari keseharian penulis. Buku yang disajikan ini merupakan penulisan ulang dari skim penelitian Hibah Bersaing yang didanai oleh DP2M Dikti untuk Tahun Anggaran 2013 dan 2014 yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Kuliner Berciri Kekhasan Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba”** elaborasi yang dilakukan dalam penelitian tersebut disajikan dalam bentuk Buku Teks sebagai bagian dari publikasi yang merupakan hasil keluaran wajib dengan Judul **“Persoalan Hukum dalam Pengembangan Bisnis Waralaba Kuliner: Kajian Terhadap Perkembangan Waralaba Kuliner Asing Versus Waralaba Kuliner Lokal”**.

3 Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah sangat membantu dalam melaksanakan kegiatan penelitian hingga akhirnya terciptalah buku Teks ini, ucapan terima kasih diperuntukkan kepada:

1. Direktorat Pendidikan Tinggi khususnya DP2M selaku penyelenggara dan pendaha utama skim penelitian hibah bersaing;
2. Lembaga Penelitian Universitas Sriwijaya beserta para pengurusnya sebagai pelaksana program penelitian di tingkat Universitas;
3. Unit Penelitian Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya beserta para pengurusnya sebagai pelaksana program penelitian di tingkat Fakultas;
4. Pimpinan dan Staf pegawai Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan;
5. Para informant dari Biro Hukum Pemda Provinsi Sumatera Selatan, Biro Hukum Kota Palembang, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan, Bidang Industri Kecil Menengah di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Palembang, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan;
6. Rekan-rekan dosen sebagai tempat diskusi dan tukar pikiran dalam menganalisis penelitian ini;
7. Keluarga tercinta yang selalu mendukung setiap langkah;
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.



Dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang disajikan dalam buku teks ini jauh dari sempurna atas ketidak sempurnaan ini mohon maaf dah kepada Tuhan Yang Maha Esa mohon ampun. Terkhusus untuk pihak yang kemungkinan pendapatnya atau karyanya dikutip dalam buku teks ini namun karena satu dan lain hal secara tidak sengaja lupa menyebutkan dah mencantumkan nama mereka satu persatu secara pribadi saya mohon maaf dah mohon koreksinya. Akhirnya jauh di lubuk hati terdalam saya semoga apa yang dipersembahkan ini bermanfaat bagi semua amin.

Palembang, Desember 2014

# Daftar Isi

Daftar Isi .....	ix
Kata Pengantar .....	vii
<b>Bab 1</b>	
<b>Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
<b>Bab 2</b>	
<b>Kajian Tentang Waralaba/Franchise .....</b>	<b>5</b>
A. Konsep Pemikiran Perkembangan Bisnis Waralaba/Franchise ...	5
B. Kajian Teoritik dalam Hukum Bisnis Waralaba/Franchise.....	12
C. Waralaba/Franchise dalam Perspektif Hukum Indonesia .....	15
D. Hubungan Hukum Antara Franchisor dan Franchisee .....	21
<b>Bab 3</b>	
<b>Konsep Tentang Kuliner dan Sejarah Lahirnya Kuliner .....</b>	<b>27</b>
<b>Bab 4</b>	
<b>Persoalan Hukum dalam Perkembangan Bisnis Waralaba Kuliner Lokal</b> <b>(Kajian Pada Kuliner Tradisional Sumatera Selatan) .....</b>	<b>33</b>
A. Kajian Terhadap Persoalan Hukum Perkembangan Bisnis bagi Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan .....	33
B. Konsep Pengaturan Atau Model Ideal Sistem Waralaba Kuliner Sumatera Selatan yang Dapat Memberikan Perlindungan Hukum bagi Pengusaha Kuliner.....	50
<b>Bab 5</b>	
<b>Mekanisme Perlindungan Waralaba Kuliner Tradisional Menurut</b> <b>Perspektif Hukum Indonesia .....</b>	<b>65</b>
A. Upaya Perlindungan Waralaba Kuliner Tradisional.....	65
B. Gagasan Perlindungan Hukum Perkembangan Bisnis Waralaba Kuliner Tradisional Melalui Peraturan Daerah .....	81
<b>Bab 6</b>	
<b>Penutup.....</b>	<b>101</b>

A. Kesimpulan .....	101
B. Rekomendasi.....	102
Daftar Pustaka.....	103
Lampiran.....	107
Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 Tentang Waralaba.....	107
Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.....	117
Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 Tenteng Ketentuan dah Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ....	133
Tentang Penulis.....	159

## Pendahuluan

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha dari tahun ke tahun mengalami perubahan ke arah yang lebih baik melalui berbagai inovasi dalam hal strategi bisnis yang semula dilakukan secara konvensional dan hanya menjangkau wilayah sekitar pengusaha (daerah lokal) berubah menjadi cara-cara yang lebih modern dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan menjangkau wilayah operasi yang lebih luas secara internasional ke mancanegara.<sup>1</sup> Salah satu pengembangan strategi bisnis yang dilakukan adalah dengan mekanisme waralaba. Di Indonesia perusahaan waralaba jumlahnya mencapai 578 (lima ratus tujuh puluh delapan) buah, waralaba asing tercatat sebanyak 168<sup>2</sup> (seratus enam puluh delapan) sisanya sebanyak 410 (empat ratus sepuluh) adalah waralaba lokal.<sup>3</sup> Waralaba asing adalah waralaba yang berasal dari luar Indonesia dan beroperasi di Indonesia, sedangkan waralaba lokal merupakan konsep waralaba yang lahir di Indonesia baik yang beroperasi di Indonesia maupun di manca Negara<sup>4</sup>.

Bisnis waralaba dapat dilakukan diberbagai bidang, salah satunya bidang makanan dan minuman (kuliner). Perkembangan bisnis waralaba ini lebih dikenal dengan istilah Franchise. Pergerakan bisnis waralaba kuliner lokal yang memegang ciri khas kuliner daerah di Indonesia masih kalah dalam bersaing dengan waralaba kuliner asing. Salah satunya bisnis kuliner tradisional Sumatera Selatan, berdasarkan hasil

---

1 Hendry E. Ramdhan , “Bagaimana Menfranchisekan Usaha Anda? “, Volume I, source: [http://www.waralabaku.com/artikel\\_detil.php?aid=1](http://www.waralabaku.com/artikel_detil.php?aid=1)

2 Anang Sukandar, “Bisnis Waralaba Masih Terbuka”, source: <http://www.tempo.co.id/hg/eksis/12/17/brk.200091217-36.id.html>

3 [www.waralaba.com/makanan\\_minuman/indeks.6.html](http://www.waralaba.com/makanan_minuman/indeks.6.html).

4 Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis: Dalam Persepsi Manusia Modern*, cetakan pertama, PT. Refika Aditama: Bandung, 2004, hlm 124

yang diperoleh pada penelitian tahun pertama (pelaksanaan penelitian tahun 2013) dengan melakukan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuisioner kepada 100 (seratus) orang pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan kegiatan bisnisnya di Kota Palembang diperoleh data tidak ada satupun dari mereka yang menggunakan mekanisme waralaba dalam melakukan pengembangan usahanya, sedangkan temuan dari hasil pencarian melalui dunia maya diperoleh data ada 4 pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang menggunakan mekanisme waralaba tetapi melakukan kegiatan usahanya di Jakarta, yaitu Pempek Jawara, Pempek Patrol,<sup>5</sup> Pempek Palembang Tjek Entis dan Pempek 8 Ulu Cik Ning.<sup>6</sup>

Minat yang kurang dari para pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang mengembangkan kegiatan bisnis melalui mekanisme waralaba di Kota Palembang dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, mulai dari pungutan liar yang dilakukan oleh oknum aparat dan preman setempat, birokrasi perizinan yang mereka rasakan masih dipersulit, hingga kejelasan dalam hal pengaturan dan perlindungan hukum yang diperlakukan secara diskriminatif oleh aparat pemerintah.<sup>7</sup> Begitu pentingnya perkembangan bisnis melalui mekanisme waralaba di Indonesia khususnya di Sumatera Selatan, maka upaya pengaturan dan perlindungan pemerintah terhadap pemberian izin usaha waralaba tersebut serta penertibannya sangat dibutuhkan, terutama dalam membina dan mengembangkan usaha waralaba lokal agar dapat bersaing dengan waralaba asing yang semakin digemari oleh masyarakat Indonesia.

Pengembangan bisnis waralaba adalah salah satu jenis pengembangan<sup>6</sup> usaha yang dilakukan secara modern dan berkaitan erat dengan Hak atas kekayaan intelektual si-pemberi waralaba, seorang pengusaha yang menggunakan mekanisme waralaba dalam

---

5 "Waralaba di Indonesia", [http://www.waralabaku.com/for\\_alp.php](http://www.waralabaku.com/for_alp.php)

6 [www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html](http://www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html)

7 Hasil pencarian data primer di Kota Palembang kepada 100 pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan sejak bulan Maret hingga Mei 2013 dan hasil pengolahan data primer penyebaran kuisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang September 2013

menjalankan usahanya rata-rata dapat melebarkan pangsa pasar hingga keluar batas territorial yang hanya bias dijangkaunya dengan memberikan hak waralaba kepada si-penerima waralaba tetapi tidak menghilangkan hak si-penerima waralaba dalam memperoleh keuntungan dan perlindungan serta pengakuan atas kepemilikan usahanya.

Mekanisme pengembangan bisnis melalui waralaba sudah berkembang pesat di benua Amerika dan Eropa yang pelaksanaan pengembangan bisnisnya sampai keseluruh dunia hingga ke Indonesia. Waralaba di Indonesia sudah dikenal sejak lama tetapi masih banyak pengusaha lokal tidak memanfaatkannya, salah satunya pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan, untuk mengetahui detail permasalahan lokal yang terjadi dan menemukan solusi untuk membangun semangat dan merubah pola pikir dari pengembangan usaha secara konvensional menuju pengembangan usaha secara modern, maka dilakukan penelitian pada tahun pertama yang memfokuskan pada latar belakang mengapa pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang menjalankan usahanya di kota Palembang tidak memanfaatkan atau menggunakan mekanisme pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba. Rangkuman latar belakang yang menjadi alasan pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan tidak menggunakan mekanisme waralaba dalam mengembangkan usahanya diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner dan wawancara langsung 100 (seratus) orang pengusaha. Hasil lapangan yang diperoleh ternyata kurang pemahaman dan perlindungan hukum dalam pengembangan usaha yang menggunakan mekanisme waralaba.

Berbagai persoalan khususnya persoalan hukum yang ditemui oleh para pelaku usaha yang berkaitan dengan pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba khususnya mengenai waralaba kuliner tradisional menjadi topic bahasan utama dalam buku ini. Pembahasan difokuskan pada bagaimana aspek hukum menyelesaikan berbagai persoalan dalam perizinan dan pengembangan usaha kuliner tradisional melalui usulan penerbitan model pengaturan dan perlindungan usaha kuliner tradisional melalui mekanisme waralaba pada level Peraturan Daerah yang ditandatangani oleh Gubernur atau setidaknya Walikota atau Bupati, sumbangsih pemikiran tentang pengaturan tersebut

dapat dijadikan muatan berarti bagi aparat pemerintah dalam hal pembentukan kebijakan yang dapat digunakan dalam menyelesaikan persoalan yang berkaitan dengan hal tersebut. Muatan yang terdapat dalam buku ini juga dapat digunakan oleh pihak akademisi sebagai bahan literature dalam proses belajar mengajar dan dapat juga digunakan bagi para peneliti sebagai bahan tambahan literature untuk melakukan penelitian lanjutan. Selain itu sumbangsih pemikiran ini juga dapat digunakan oleh masyarakat umum khususnya bagi para pengusaha untuk memahami lebih mendalam perihal penyelesaian permasalahan hukum khususnya persoalan perizinan usaha waralaba khususnya waralaba kuliner tradisional yang dapat dikembangkan agar setara dengan waralaba kuliner asing.

## Kajian tentang Waralaba/Franchise

### A. KONSEP PEMIKIRAN PERKEMBANGAN BISNIS WARALABA/FRANCHISE

Setiap pengusaha selalu berpegang pada prinsip ekonomi yaitu, “Dengan Modal yang sekecil-kecilnya Mengharapkan Keuntungan yang Sebesar-besarnya”. Dengan prinsip ekonomi tersebut kegiatan industri berkembang dari zaman ke zaman. Tonggak awal perkembangan dunia industri bermula dari terjadinya revolusi industri pada pertengahan abad ke-18 di Inggris dengan penemuan metode baru, yang menciptakan spesifikasi dari produksi dan peningkatan produktivitas dari faktor produksi yang digunakan dengan penggantian ekonomi yang berdasarkan pekerja menjadi yang didominasi oleh industri dan diproduksi oleh mesin.<sup>8</sup>

Bermula dari Inggris kemudian revolusi industri berkembang ke Negara Eropa lainnya, bahkan perkembangan selanjutnya hingga keseluruh penjuru dunia. Saat ini perkembangan industri secara global dirasakan begitu pesat, tanpa batas wilayah yang lebih dikenal dengan istilah globalisasi. Dari sejarah tampak bahwa industrilisasi merupakan suatu proses interaksi antara pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, inovasi, spesialisasi dan perdagangan antara Negara yang pada akhirnya dengan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong perubahan struktur ekonomi.<sup>9</sup>

---

8 Artikel: “Revolusi Industri”, source: [http://id.wikipedia.org/wiki/revolusi\\_industri](http://id.wikipedia.org/wiki/revolusi_industri),

9 Artikel: “Konsep dan Tujuan Industrilisasi, source: <http://www.kompas.co.id/berita=brk.20040225-07.id.html&act=read>.



Perkembangan industri global ini menciptakan 2 (dua) istilah yaitu; Negara-negara di belahan bumi utara (Negara-negara maju; Eropa dan Amerika) dan Negara-negara di belahan bumi selatan (Negara-negara berkembang). Selama abad 18 hingga awal abad 19 industriisasi berkembang di Negara-negara Eropa dan Amerika. Memasuki pertengahan abad 19 negara-negara belahan bumi utara mulai mengembangkan industri mereka dengan prinsip efisiensi. Efisiensi diukur dari menekan serendah mungkin ongkos bahan baku, ongkos teknologi produksi dan ongkos tenaga kerja. Dengan keterbatasan bahan baku dan lahan yang dipergunakan untuk industriisasi Negara-negara di belahan bumi utara mencari peluang bisnis tersebut di Negara-negara belahan bumi selatan.

Pengembangan usaha secara internasional ini dapat dilakukan dengan cara ekspor, pembentukan perusahaan patungan (joint venture) atau dalam bentuk waralaba (Franchising).<sup>10</sup> Sebagai alternatif upaya untuk lebih mendekatkan diri pada konsumen di Negara tujuan, serta untuk mengurangi dampak biaya transportasi ekspor yang tinggi serta resiko hilangnya produk dari pasaran sebagai akibat resiko transportasi dan embargo yang mungkin dilakukan secara politis, maka mulailah diupayakan untuk mengembangkan suatu bentuk usaha baru yang dikenal dengan nama waralaba.

Istilah Franchise tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi, oleh karena lembaga franchise ini sejak awal memang tidak terdapat dalam budaya dan tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Jika saat ini franchise kemudian masuk ke dalam tatanan budaya (termasuk juga tatanan hukum) masyarakat Indonesia, itu lebih dikarenakan sebagai pengaruh globalisasi dalam berbagai bidang. konsep franchise di Indonesia" Dalam Direktori Franchise Indonesia, diprakarsai Asosiasi Franchise Indonesia. Franchise di Indonesia dikenal dengan sebutan waralaba<sup>11</sup>. Menurut Amir Karamoy, Waralaba bukan terjemahan langsung konsep Franchise. Dalam konteks

16

10 Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 1994, hlm 1

11 H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, cetakan ketiga, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2003, hlm 513

3 bisnis, Franchise berarti kebebasan untuk menjalankan usaha secara mandiri di wilayah tertentu. Waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih atau istimewa dan “laba” berarti untung. Jadi waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa.<sup>12</sup>

Waralaba dijelaskan lebih lanjut oleh Amir Karamoy bahwa, secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk/jasa dari pemilik (pewaralaba) kepada pihak lain (terwaralaba), yang diatur dalam suatu peraturan permainan tertentu.<sup>13</sup> Waralaba (Franchising) merupakan system pemasaran barang atau jasa dan/atau teknologi, yang didasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara pelaku-pelaku independent (maksudnya franchisor (pihak pemberi franchising/waralaba) dan individual franchisee (pihak yang menerima franchising)) dan terpisah baik secara legal dan keuangan, dimana franchisor memberikan hak pada para individual franchisee, dan membebankan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari franchisor.<sup>14</sup>

Hak ini diwajibkan dan memperbolehkan individual franchisee, untuk menggunakan nama dagang franchisor dan/atau merek dagang dan/atau tanda jasa, yang berupa cara-cara untuk melakukan bisnis dan metode teknisnya, bisnis metode teknis, system procedural dan/atau hak milik intelektual dan industrial, yang didukung oleh bantuan teknis dan komersial secara terus menerus, di dalam kerangka kerja dan yang sesuai dengan persetujuan franchise tertulis, yang dibuat oleh para pihak untuk tujuan itu.<sup>15</sup>

Hendry Campbell Black, memberikan pengertian mengenai franchising sebagai berikut,<sup>16</sup>

1. Franchise adalah hak istimewa untuk melakukan hal-hal tertentu yang diberikan oleh pemerintah pada individu

12 Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, PT. Jurnalindo Aksara Grafika: Jakarta, 1996 hlm 3

13 *Ibid*, hlm 4

14 Johannes Ibrahim dan Lidyawaty Sewu, Op. Cit. hlm 114.

15 *Ibid*, hlm 115

16 *Ibid*, hlm 116

- 3 atau perusahaan yang berbentuk badan hukum, dan (hak tersebut) tidak dimiliki oleh penduduk pada umumnya.
2. franchise adalah hak istimewa untuk menggunakan nama atau untuk menjual produk atau jasa layanan. Hak itu diberikan oleh pengusaha pabrik atau penyedia pada penjual eceran untuk menggunakan berbagai produk dan nama dengan berdasarkan syarat-syarat yang telah disetujui bersama (dalam hubungan yang saling menguntungkan).
3. franchise adalah lisensi pemilik merek dagang atau nama dagang yang mengizinkan orang lain untuk menjual produk atau jasa layanan di bawah nama atau merek tersebut.

Doglas J. Queen memberikan pengertian<sup>17</sup> Franchise sebagai suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Suatu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional. Pemegang franchise yang membeli suatu bisnis yang menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, system teruji<sup>7</sup> dan pelayanan lain yang disediakan pemilik franchise. Lebih lanjut Queen mengemukakan bahwa pemilik franchise memperkenankan pemegang franchise menggunakan nama dagang, produk, teknik dan proses franchise, sementara mengharuskan diikutinya standar melalui suatu persetujuan lisensi. Kekuatan system dan kemauan baik yang diasosiasikan dengan nama dagang, sebagian besar bergantung pada taatnya pemegang franchise mengikuti system secara konsisten dan mutu produk yang sudah diketahui umum dimiliki oleh organisasi tersebut.

Semua pengertian yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa franchise pada dasarnya mengandung elemen-elemen pokok sebagai berikut,<sup>18</sup>

- 1) Franchisor, yaitu pihak pemilik/produsen dari barang atau jasa yang telah memiliki merek tertentu serta memberikan

---

17 J. Queen, Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise, diterjemahkan oleh PT. 10x Media Komputindo: Jakarta, 1993, hlm 4-5

18 Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, Op. Cit. hlm 121

- 5) atau melisensikan hak eksklusif tertentu untuk pemasaran dari barang atau jasa itu.
- 2) Franchisee, yaitu pihak yang menerima hak eksklusif itu dari franchisor.
- 3) Adanya penyerahan hak-hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual/hak milik perindustrian) dari franchisor kepada Franchisee
- 4) Adanya penetapan wilayah tertentu, franchise area dimana franchisee diberikan hak untuk beroperasi di wilayah tertentu.  
Contoh: hanya diperbolehkan untuk beroperasi di Pulau Jawa.
- 5) Adanya imbal-prestasi dari franchisee kepada franchisor yang berupa initial fee dan royalties serta biaya-biaya lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.
- 6) Adanya standar mutu yang ditetapkan oleh franchisor bagi franchisee, serta supervise secara berkala dalam rangka mempertahankan mutu.
- 7) Adanya pelatihan awal, pelatihan yang berkesinambungan, yang diselenggarakan oleh franchisor guna meningkatkan keterampilan.

1) Konsep franchise berkembang di Jerman pada sekitar tahun 1840-an. Saat itu telah mulai diberikan hak khusus untuk menjual minuman. Hal ini merupakan konsep awal dari franchising yang kita kenal sekarang. Istilah Franchisee berasal dari bahasa Prancis kuno yang berarti “bebas”. Pada abad pertengahan Franchise diartikan sebagai “hak Utama” atau “kebebasan”.<sup>19</sup> Konsep franchise mengalami perkembangan yang sangat pesat di Amerika, dimulai pada tahun 1951 perusahaan mesin jahit “Singer” di Amerika mulai memberikan

---

1) <sup>19</sup> Blake & Associates, FranInfo-email: [sam@frannet.com](mailto:sam@frannet.com), Last Revised: 10, Oktober 8, 1999

distribusi franchise<sup>20</sup> untuk menjual mesin-mesin jahit tersebut. Singer membuat perjanjian distribusi franchise secara tertulis, sehingga singer dapat disebut sebagai pelopor dari perjanjian franchise modern. Pada tahap ini bentuk franchise masih sederhana, franchise hanya dikenal sebagai pemberian hak untuk mendistribusikan produk serta menjual produk-produk hasil manufaktur.

Setelah perang dunia II terjadi “baby boom” di Amerika Serikat. Baby boom<sup>21</sup> telah menyebabkan peningkatan kebutuhan yang luar biasa terhadap segala jenis produk-produk dan jasa-jasa, dan franchising merupakan model bisnis ideal untuk pengembangan cepat dari jasa hotel dan industri fast food.<sup>22</sup> Federal Trade Commission (untuk selanjutnya disingkat FTC) Amerika pada tahun 1978 mengeluarkan dokumen yang mengatur mengenai franchise, dokumen ini disebut The Uniform Offering Circular (selanjutnya disingkat UFOC). UFOC merupakan sebuah dokumen yang harus dibuat oleh franchisor sebelum menjual bisnisnya dengan metode franchise. Dokumen ini berisikan informasi yang terperinci serta jelas mengenai hal-hal penting yang harus diketahui oleh para calon franchisee. Isi UFOC diharapkan akan membuat para franchisee dalam mengambil keputusan untuk mulai menjalankan bisnis melalui franchise.<sup>23</sup>

Di Indonesia waralaba dikenal pada awal tahun 1980, waralaba pertama yang masuk ke Indonesia adalah coca cola,<sup>24</sup> selanjutnya perkembangan waralaba di Indonesia, khususnya di bidang rumah

20 Distribusi Franchise adalah hak yang diperoleh franchise untuk mendistribusikan atau menjual produk suatu produsen atau pemasok, distribusi franchise setara dengan pengertian product franchise.

21 Baby Boom adalah suatu ledakan penduduk yang terjadi pada masa pasca perang dunia II yang disebabkan oleh angka kelahiran yang melonjak. Ledakan penduduk diakibatkan oleh angka kelahiran bayi yang tinggi, serta angka kematian bayi mengalami penurunan. Meningkatnya jumlah penduduk telah mengakibatkan meningkatnya permintaan akan segala jenis kebutuhan manusia baik sandang, pangan, maupun papan di Amerika Serikat.

22 Fast Food adalah suatu bentuk penjualan makanan di mana para konsumen dapat langsung memperoleh makanan yang diinginkannya karena makanan telah tersedia dalam keadaan siap santap.

23 Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, hlm 123

24 Ibid hlm 115

makan siap saji sangat pesat. Hal ini dimungkinkan karena para pengusaha kita yang berkedudukan sebagai franchisee diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui master franchise yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba lanjutan. Dengan mempergunakan system pyramid atau system sel suatu jaringan format bisnis waralaba berekspansi.<sup>25</sup>

Dalam kegiatan waralaba, dilakukan penyeragaman total dengan memberikan hak-hak secara eksklusif kepada pengusaha Franchisor yang lebih dikenal dengan istilah lisensi.<sup>26</sup> Lisensi merupakan suatu bentuk pemberian hak secara individu kepada orang pribadi atau badan hukum pribadi yang digunakan oleh pengusaha untuk mengembangkan usahanya secara tanpa batas kemanapun juga keseluruh dunia.<sup>27</sup> Pengertian franchise (waralaba) selalu diartikan berbeda dengan lisensi. Padahal, intinya hampir sama. Dalam praktik lisensi (licensing) diartikan lebih sempit, yakni perusahaan atau seseorang (licensor) yang memberi hak kepada pihak tertentu (licensee) untuk memakai merek/hak cipta/paten (Hak milik kekayaan intelektual) untuk memproduksi atau menyalurkan produk/jasa pihak licensor. Imbalannya licensee membayar fee. Licensor tak mencampuri urusan manajemen dan pemasaran pihak licensee.<sup>28</sup>

Sebaliknya, waralaba dimaknai lebih luas, yaitu pemberi waralaba tidak hanya memperkenalkan penerima waralaba untuk memakai merek/logo/hak ciptanya, akan tetapi turut pula mengatur internal perusahaan. Baik mengenai karyawan, pelatihan, lokasi, bahan baku hingga strategi pemasarannya.<sup>29</sup> Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Pemilik waralaba (franchisor) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak

25 Heri Lumoindong, "Waralaba dan Perkembangannya", source: [http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum\\_waralaba1.htm](http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum_waralaba1.htm). diakses tanggal 4 desember 2006

26 Ibid, hlm 5

27 Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Lisensi*, cetakan kedua, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003. hlm 10

28 Iman Sjahputra, "Franchise: Perikatan HaKI yang Diperluas", Harian Umum Suara Pembaharuan: Jakarta, Edisi 26 Oktober 2003. hlm 11

29 Ibid.



berdasarkan SARA. Waralaba adalah bisnis jangka panjang. Keuntungan yang diperoleh digunakan untuk investasi lagi agar mereka semakin kuat, untuk riset, dan perbaikan manajemen<sup>30</sup>.

## B. KAJIAN TEORITIK DALAM HUKUM BISNIS WARALABA/FRANCHISE

Teori Hukum selalu menjadi dasar dalam menganalisis setiap permasalahan-permasalahan hukum. Sebagian besar teori hukum mengajarkan bahwa hukum harus stabil (stable), tetapi tidak boleh diam (still) atau kaku (rigid), makna dari pernyataan ini mengungkapkan bahwa disatu sisi hukum harus mengandung unsur kepastian dan prediktabilitas, sehingga dia harus stabil, dilain sisi hukum haruslah dinamis, sehingga selalu dapat mengikuti dinamika perkembangan kehidupan manusia.<sup>31</sup> Teori hukum ini menitik beratkan pada kondisi melihat hukum sebagai “apa yang semestinya” (das Sollen) dalam hal kenyataan yang terjadi di lingkungan masyarakat, ini berarti bahwa teori hukum mencari kebenaran dan pencapaian keadilan dari suatu aturan atau kaidah hukum dengan berfokus pada manusia yang lebih kepada perhatian terhadap jalinan hubungan antarmanusia.<sup>32</sup>

Kajian teori hukum dalam analisis masalah yang berkaitan dengan pengembangan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan melalui mekanisme waralaba ini berhubungan dengan teori tentang fungsi hukum dalam masyarakat yang mengkaji persoalan kemajuan masyarakat dalam bidang perniagaan atau bisnis yang membutuhkan aturan hukum untuk kepastian dan perlindungan bagi para pihak yang

30 Artikel: “Bisnis Waralaba: Info Dasar Untuk Melangkah”, source: [http://www.republika.co.id/suplemen/cetak\\_detail.asp?mid=3&id=181220&kat\\_id=105&kat\\_id1=149&kat\\_id2=202](http://www.republika.co.id/suplemen/cetak_detail.asp?mid=3&id=181220&kat_id=105&kat_id1=149&kat_id2=202)

31 Munir Fuady, *Teori-Teori Besar (Grand Theory) Dalam Hukum*, cetakan kedua, PT. Kencana Prenadamedia Group: Jakarta, September 2013, hlm 1

32 Ibid, hlm 5

terkait. Menurut Podgorecki, fungsi hukum dalam masyarakat dapat berupa:<sup>33</sup>

1. Fungsi Integrasi, yakni bagaimana hukum merealisasi saling berharap (mutual expectation) dari masyarakat;
2. Fungsi Petrifikasi, yakni bagaimana hukum melakukan seleksi dari pola-pola perilaku manusia agar dapat mencapai tujuan-tujuan social;
3. Fungsi Reduksi, yakni bagaimana hukum menyeleksi sikap manusia yang berbeda-beda dalam masyarakat yang kompleks, sehingga sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini hukum berfungsi mereduksi kompleksitas ke dalam pembuatan putusan-putusan tertentu;
4. Fungsi memotivasi, yakni hukum mengatur agar manusia dapat memilih perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai dalam masyarakat;
5. Fungsi edukasi, yakni bagaimana hukum bukan saja menghukum dan memotivasi masyarakat, melainkan juga melakukan edukasi dan sosialisasi.

Hukum memainkan peran yang penting dalam masyarakat sebagai upaya untuk mencapai keadilan, kepastian hukum, ketertiban, dan kemanfaatan. Kaitannya dalam persoalan pengembangan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan melalui mekanisme waralaba yang pengaturan secara hukum di Indonesia memang pada dasarnya tidak memiliki aturan sekelas Undang-undang. tetapi pengaturannya pada tataran peraturan pemerintah dan keputusan menteri perdagangan dan perindustrian, itupun hanya pengaturan persoalan system bisnis waralabasecara umum, sehingga bagi usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang dilakukan oleh para pengusaha di Kota Palembang tidak begitu diminati dengan alasan mendasar tidak adanya kepastian

---

33 Dragan Milovanovic, *A Primer in the Sociology of Law*, Harrow and Heston: New York, 1988, page 121.



hukum yang memberikan perlindungan bagi mereka.<sup>34</sup> Kepastian hukum yang dimaksud dalam hal ini mulai dari kurangnya sosialisasi peraturan terkait hingga persoalan tebang pilihnya penerapan hukum yang memihak pada sekelompok pengusaha.

Belum adanya campur tangan Negara terhadap pengaturan bisnis franchise di Indonesia khususnya di Provinsi Sumatera Selatan dan penerapan hukum yang tebang pilih atau memihak pada sekelompok pengusaha menjadi persoalan dalam pengembangan usaha kuliner tradisional melalui mekanisme waralaba/franchise. Padahal bisnis kuliner tradisional ini merupakan usaha yang dapat membawa pencitraan dan pengenalan suatu wilayah secara nasional bahkan internasional. Turut campurnya Negara dalam pengaturan persoalan usaha kuliner tradisional melalui mekanisme waralaba pada tatanan peraturan daerah merupakan salah satu upaya memberikan perlindungan hukum. Berdasarkan teori perlindungan hukum,<sup>20</sup> yang menjadi focus utama adalah bagaimana mengkaji atau menganalisis tentang wujud atau bentuk atau tujuan perlindungan, subjek hukum yang dilindungi serta objek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subjeknya, dengan kata lain perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat untuk memberikan rasa aman dan kepastian dalam menjalankan aktifitas mereka sebagai bagian dari masyarakat.<sup>35</sup>

Perlindungan hukum dimaksud adalah bentuk perlindungan hukum atas keseimbangan perjanjian yang dibuat antara franchisor dan franchisee, perlindungan terhadap segala bentuk Hak Atas Kekayaan Intelektual yang timbul/lahir dari bisnis waralaba/franchise tersebut, termasuk didalamnya mekanisme memperoleh perlindungan dan sanksi bagi para pihak yang menimbulkan kerugian atau berbuat

---

34 Hasil pengolahan data primer dari 100 responden pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, Tabel 14, dalam Putu Samawati dkk, laporan tahunan Penelitian Hibah Bersaing tentang “Perlindungan Hukum terhadap Kuliner Berciri Kekhasan Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba”, 2013, hlm

19  
35 Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, Maret 2013, hlm 259-261

curang. Kesemuaan bentuk perlindungan hukum tersebut harusnya dituangkan dalam suatu peraturan khusus yang memberikan kepastian bagi para pihak demi terciptanya harmonisasi dalam hukum di masyarakat.

### C. WARALABA/FRANCHISE DALAM PERSPEKTIF HUKUM INDONESIA

Pengaturan tentang bisnis waralaba/franchise berkembang dalam praktek, terutama di Negara-negara yang menganut system common law. Kontrak-kontrak bisnis waralaba/franchise yang memuat berbagai klausula mengacu pada prinsip-prinsip hukum perjanjian antara lain asas partij otonomi, kebebasan berkontrak, keadilan dan prinsip itikad baik.<sup>36</sup> Pengaturan waralaba/franchise di Indonesia secara hukum belum diatur dalam format Undang-undang tetapi diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang telah diubah menjadi Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12 tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Penerbitan Usaha Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Franchise merupakan kerjasama bisnis dan secara teknis dapat dipahami sebagai suatu metode perluasan pasar yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang dianggap sukses dan berkehendak meluaskan distribusi barang atau jasa melalui unit-unit bisnis eceran yang dijalankan oleh pengusaha-pengusaha independent. Dalam melakukan bisnis waralaba/franchise ini setidaknya melibatkan pemberi waralaba/

<sup>36</sup> H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, cetakan ketiga, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2003. Hlm 517

franchise dan penerima waralaba/franchise. Pemberi waralaba adalah badan usaha dan perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba.

Penerima waralaba terdiri dari;

1. Penerima waralaba utama<sup>37</sup>

Penerima waralaba utama adalah penerima waralaba yang melaksanakan hak membuat perjanjian waralaba lanjutan yang diperoleh dari pemberi waralaba.

2. Penerima waralaba lanjutan<sup>38</sup>

Penerima waralaba lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba melalui penerima waralaba utama.

Kerjasama yang terjadi antara pemberi waralaba (Franchisor) dan penerima waralaba (Franchisee) dilakukan dengan membuat perjanjian waralaba. Perjanjian yang dibuat antara pemberi waralaba dan penerima waralaba utama dilakukan dengan perjanjian tertulis antara mereka, sedangkan antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan dibuat suatu perjanjian yang dinamakan perjanjian waralaba lanjutan yang juga dilakukan secara tertulis. Isi perjanjian tersebut diserahkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian.<sup>39</sup>

---

37 Republik Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang *Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba*. pasal 1 angka 4

38 Ibid pasal 1 angka 5

39 Artikel: "Kiat Memilih Waralaba", source: <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/12051/18/hikmah/manajemen.htm>. diakses 27 desember 2005

Usaha waralaba tersebar di beberapa bidang usaha, antara lain;<sup>40</sup>

1. Rumah makan atau restoran
2. Jasa pemasaran
3. Hotel
4. Toko buku dan toko cinderamata
5. Minimarket
6. Persewaan kendaraan
7. Pusat kebugaran dan perawatan tubuh
8. Penata rambut, salon kecantikan, dll.

Menurut pedoman pelaksanaan keterkaitan kemitraan di bidang industri kecil, terdapat 3 (tiga) jenis franchise, yaitu:<sup>41</sup>

1. Product Franchise

Franchisor menghasilkan atau memproduksi suatu produk atau jasa yang dipasarkan oleh franchisee. Dalam jenis ini franchisee menyediakan atau membentuk “outlet” untuk memasarkan produk yang dihasilkan franchisor.

Contohnya:

Keagenan sepatu, pabrik sepatu X menghasilkan/memproduksi sepatu, lalu franchisee membuat “outlet” untuk memasarkan sepatu-sepatu tersebut sesuai dengan petunjuk franchisor.

2. Business Opportunity Ventures

Franchisee mendistribusikan produk/jasa yang dihasilkan franchisor. Dalam mendistribusikan produk/jasa tersebut, franchisee mengikuti system yang ditetapkan franchisor, akan tetapi tidak menggunakan merek dagang franchisor.

---

40 Heri Lumoindong, “Waralaba dan Perkembangannya”, source: [http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum\\_waralaba1.htm](http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum_waralaba1.htm). diakses tanggal 4 September 2006.

41 Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis: Dalam Persepsi Manusia Modern*, cetakan pertama, PT. Refika Aditama: Bandung, 2004, hlm 130

1

Contoh:

dealer kendaraan bermotor (mobil/sepeda motor) A, dealer kendaraan bermotor serta menjual produk menggunakan nama dan merek dagang franchisor serta mematuhi system yang ditetapkan oleh franchisor.

3. **Business Format Franchising.**

Franchisee diberi lisensi untuk memasarkan produk/jasa milik franchisor sesuai dengan produk/jasa milik franchisor sesuai dengan system yang ditetapkan dan menggunakan merek dagang/nama perusahaan franchisor.

Contoh: hotel, real estate, fast food.

6 Perjanjian waralaba antara franchisor dengan franchisee sekurang-kurangnya memuat klausul mengenai:<sup>42</sup>

a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak.

Khusus yang berhubungan dengan identitas franchisor, ketentuan pasal 9 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 juli 1997, menyatakan bahwa;

- Pemberi waralaba dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di Negara asalnya dan diketahui oleh pejabat perwakilan RI setempat.
- Pemberi waralaba dari dalam negeri wajib memiliki SIUP dan/atau izin usaha dari Departemen Teknis lainnya.

b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;

14

c. Nama dan jenis hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

---

42 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Log Cit. pasal 7

- 4
- d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba (franchisee).
- e. Wilayah pemasaran
- f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba (franchisee).

Berdasarkan uraian di atas walaupun waralaba/franchise tidak diatur dalam format Undang-undang tetapi dalam pelaksanaannya lembaga franchise terkandung hubungan-hubungan hukum para pihak sebagai akibat dari perjanjian yang mereka adakan. Adapun asas pertama dan utama yang dijadikan dasar eksistensi dalam pengikat perjanjian tersebut adalah asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang tersirat dan dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara. Pada asas kebebasan berkontrak sesuai dengan Pasal 1338 ayat (1) secara tegas dinyatakan bahwa kesepakatan yang para pihak buat dapat berlaku sah bagi mereka dan kedudukannya setara dengan Undang-undang. Dasar penguat lain perjanjian franchise terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara mengenai sahnya perjanjian yang merupakan implementasi asas konsensualisme. Asas kebebasan berkontrak dan asas konsensualisme akan terwujud manakala perjanjian



yang disepakati para pihak tidak mengandung kesesatan, paksaan, dan penipuan.<sup>43</sup>

Pada dasarnya menurut KUHPerdara, perjanjian franchise merupakan perjanjian yang tidak terkenal dengan nama tertentu sebagaimana dimaksud Pasal 1319 KUHPerdara<sup>44</sup>, tetapi ia tetap tunduk pada ketentuan-ketentuan Bab I dan Bab II pada Buku III KUHPerdara. Persoalan mendasar adalah apabila perjanjian franchise hanya didasari pada ketentuan dalam KUHPerdara, maka perjanjian ini akan dimaknai secara luas tanpa batas, sehingga akan menimbulkan ketimpangan peran dan posisi salah satu pihak yang mendominasi. Posisi dominan ini akan dimiliki oleh pemberi franchise (franchisor), sebaliknya penerima franchise (franchisee) akan memiliki kedudukan yang lebih lemah, maka dari itu tidaklah cukup hanya menyerahkan pengaturan isi perjanjian franchise hanya atas dasar kebebasan berkontrak dan kesepakatan para pihak.<sup>45</sup> Upaya untuk menyeimbangkan posisi franchisor dan franchisee adalah dengan memberlakukan peraturan<sup>19</sup> peraturan yang berkaitan, seperti peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) seperti undang-undang merek dan undang-undang paten, terobosan lain dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah dan peraturan menteri terkait yang mengatur lebih rinci tentang pelaksanaan perjanjian franchise.

Pemberlakuan seperangkat peraturan mengenai waralaba yang terdiri dari Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang telah diubah

<sup>12</sup> 43 H. Moch. Basarah dan H. M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung, 2008, hlm 40-42

44 Pasal 1319 KUHPerdara : “Semua Perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat dalam bab ini dan bab yang lalu”. Perjanjian bernama yang dimaksud dalam pasal ini adalah perjanjian-perjanjian yang diatur dalam Bab V sampai dengan Bab XVII Buku III KUHPerdara. Sedangkan perjanjian yang tidak terkenal dengan nama tertentu adalah perjanjian-perjanjian di luar bab-bab tersebut. Perjanjian franchise termasuk kedalam kategori perjanjian yang tidak terkenal dengan nama tertentu.

45 Setiawan, “Aspek-aspek Hukum Franchising”, Makalah Pada Diskusi Rutin Dosen Fakultas Hukum Trisakti Jakarta, November 1991, hlm 24.

<sup>8</sup> menjadi Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan<sup>12</sup> Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12 tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Penerbitan Usaha Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, setidaknya memberikan patokan bagi para pelaku bisnis yang menggunakan mekanisme pengembangan usaha melalui waralaba. Isi lebih rinci/detail perjanjian waralaba yang dibuat antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dilakukan dalam suatu kontrak tertulis dengan kata sepakat antar mereka dan wajib didaftarkan kepada Departemen Perdagangan. Apabila terjadi kecurangan yang menimbulkan kerugian atau salah satu pihak tidak menepati janji maka pihak lain dapat melakukan penuntutan sesuai dengan hukum yang berlaku.

#### D. HUBUNGAN HUKUM ANTARA FRANCHISOR DAN FRANCHISEE

Ketika akan menjalankan bidang usaha waralaba/franchise setidaknya melibatkan pihak pemberi franchise/waralaba yang disebut dengan franchisor dengan pihak penerima franchise/waralaba yang disebut franchisee. Franchisor adalah pihak pemilik/produsen dari barang atau jasa yang telah memiliki merek tertentu serta memberikan atau melisensikan hak eksklusif tertentu<sup>4</sup> untuk pemasaran dari barang atau jasa itu atau dengan kata lain franchisor adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba<sup>46</sup>,

<sup>15</sup>  
<sup>46</sup> Republik Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang *Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba*, pasal 1 angka 2



sedangkan Franchisee adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki franchisor<sup>47</sup>.

Pada saat franchisor dan franchisee sepakat untuk menjalankan suatu usaha dengan menggunakan system waralaba/franchise, maka berdasarkan kesepakatan tersebut maka perjanjian kerjasama diantara mereka sah dan mengikat kedua belah pihak. Perjanjian kerjasama yang dibuat haruslah berbentuk tertulis dan dibuat dalam bentuk bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia walaupun diantara para pihak yang terikat kerjasama tersebut memiliki perbedaan kewarganegaraan.<sup>48</sup> Perjanjian waralaba berlaku dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.<sup>49</sup> Dalam perjanjian waralaba diberikan hak dan kewenangan khusus dari franchisor kepada franchisee, yang dapat terwujud dalam bentuk:<sup>50</sup>

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

Hubungan hukum yang tercipta antara franchisor dengan franchisee ada sejak terciptanya kesepakatan antara para pihak dengan menimbulkan hak dan kewajiban diantara mereka. Kewajiban bersifat imperative dan hak bersifat fakultatif, artinya kewajiban merupakan hal yang harus dilakukan sedangkan hak merupakan hal yang boleh untuk tidak dilaksanakan. Pada umumnya apa yang menjadi hak franchisor akan menjadi kewajiban franchisee dan begitu pula sebaliknya. Adapun kewajiban dan hak antara franchisor dan franchisee adalah sebagai berikut;

---

20  
47 Ibid. pasal 1 angka 3

48 Ibid, pasal 2

49 Ibid pasal 8

50 Gunawan Widjaja, Op. Cit. Hlm 47

Kewajiban franchisor meliputi:

1. Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha.  
Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut;
2. Memberikan bantuan pada franchisee pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada franchisee.

Hak franchisor meliputi:

1. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
2. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha dari franchisee;
3. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja franchisee guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
4. Sampai batas tertentu mewajibkan franchisee, dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan/atau barang-barang tertentu lainnya dari franchisor;
5. Mewajibkan franchisee untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
6. Mewajibkan agar franchisee tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
7. Menerima pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;

8. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada franchisee;
9. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada franchisee untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh franchisee selama masa pelaksanaan waralaba;
10. Atas pengakhiran waralaba, melarang franchisee untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh franchisee selama masa pelaksanaan waralaba;
11. Atas pengakhiran waralaba, melarang franchisee untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
12. Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif, tidak menghapuskan hak franchisor untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

**Kewajiban franchisee, meliputi:**

1. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh franchisor kepadanya guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
2. Memberikan keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa franchisee telah

- melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik;
3. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari franchisor;
  4. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari franchisor;
  5. Menjaga kerahasiaan atas hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian waralaba;
  6. Melaporkan segala pelanggaran hak atas kekayaan intelektual, penemuan ciri khas usaha, misalnya Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba yang ditemukan dalam praktik;
  7. Tidak memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan;
  8. Melakukan pendaftaran waralaba;
  9. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
  10. Melakukan pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama;
  11. Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya;

12. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh franchisee selama masa pelaksanaan waralaba;
13. Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

**Hak franchisee, meliputi:**

1. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
2. Memperoleh bantuan dari franchisor atas segala macam cara pemanfaatan dan/atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

## Konsep Tentang Kuliner dan Sejarah Lahirnya Kuliner

Definisi kuliner secara resmi memang tidak dapat ditemukan pada literature-literatur yang membahas masalah teori kuliner, tetapi istilah kuliner pertama kali diperkenalkan oleh Marie Antoine Careme (1784-1833) sebagai pendiri Classical Cuisine yang banyak menulis buku sebagai pengarah kuliner klasik pada zaman revolusi Prancis tahun 1793. Kuliner dikenal sebagai rangkaian kegiatan untuk menghasilkan makanan/minuman sehat dengan penampilan menarik yang dimulai dari memilih bahan makanan yang berkualitas, mempersiapkan teknik pengolahan yang tepat dan aman serta menghasilkan selera sesuai tujuan.<sup>51</sup> Di Indonesia perhatian tentang perkembangan kuliner mulai digalakkan pada tahun 1988 dengan mendirikan Lembaga Kuliner Indonesia (LKI) oleh Ibu Hiang Marahimin, Bapak William Wongso, dan Ibu Tuti Soenardi, yang menyadari pentingnya untuk memperhatikan dan mengangkat kuliner tradisional Indonesia yang beranekaragam agar dapat dikenal secara internasional, ditahun 1991 LKI dibubarkan dan pada tahun 1996 dibentuk kembali Yayasan Gizi Kuliner Jakarta (YGKJ), saat ini sudah ada cabangnya di Palembang, Bandung, Semarang dan Malang.<sup>52</sup>

Sejak didirikan YGKJ hingga saat ini permasalahan kuliner yang berkaitan dengan teknik pengolahan dan pemilihan serta pemanfaatan bahan makanan secara tepat dan benar bukan lagi menjadi masalah,

---

51 Paul Hamlyn Larousse Gastronomique The Worlds Greatest, *Cookery Encyclopedia*, The Hamlyn Publishing Group, 1988, page 45.

52 Tuti Soenardi dan Tim Yayasan Gizi Kuliner Jakarta, *Teori Dasar Kuliner*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2013, hlm 10

selain itu sosialisasi yang dilakukan untuk memperkenalkan kuliner tradisional dirasakan berdampak positif, terbukti dengan mulai banyak pengusaha yang membuka usaha makanan/minuman tradisional Indonesia. Begitu juga perkembangan bisnis usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan ikut mengalami perkembangan, pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan memang merupakan pengusaha lokal yang rata-rata lahir dan besar di Sumatera Selatan khususnya di Kota Palembang. Usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan dimiliki secara pribadi berdasarkan resep keluarga yang turun temurun. Berdasarkan informasi dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Palembang tercatat ada 87 (delapan puluh tujuh) pengusaha kuliner yang bergerak dibidang makanan dan/atau minuman tradisional Sumatera Selatan (data terlampir).<sup>53</sup>

Pelaksanaan bisnis kuliner tradisional Sumatera Selatan khususnya bagi pengusaha yang mengembangkan usahanya di Kota Palembang secara administrasi harus terlebih dahulu memperoleh izin usaha, selain itu kaitannya dalam perlindungan hukum tentunya akan berkaitan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) khususnya masalah merek dagang dan masalah rahasia dagang yang berkaitan dengan resep dan manajemen usahanya. Berbicara mengenai merek, pengaturannya ada di dalam Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang disebut dengan UUM 2001 dan tata cara pendaftarannya diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek. Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain<sup>54</sup>, merek diciptakan untuk membedakan antara satu produk dengan produk yang lainnya terutama yang jenisnya sama.<sup>55</sup> Definisi merek secara umum terdapat pada Pasal 1 Undang-Undang

---

53 Data diperoleh dari hasil penelitian lapangan berdasarkan inventarisasi dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Palembang, serta hasil wawancara dengan Bapak Afghanis, Bagian Industri Kecil Menengah di Departemen Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang, tanggal 15 Mei 2013

54 Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek*, Akademika Pressindo: Jakarta, 1989, hlm. 44.

55 Gautama, Sudargo, *Pembaruan Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti: Bandung, 1997, hlm. 12.



No. 15 tahun 2001 tentang Merek, yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>56</sup> Undang-undang Merek Indonesia mengatur tentang jenis-jenis merek yang terdiri dari Merek Dagang, Merek Jasa, dan Merek Kolektif.<sup>57</sup>

Pentingnya keberadaan merek bagi identitas usaha, maka sudah sewajarnya setiap pengusaha mendaftarkan merek usahanya dengan harapan agar tidak dicurangi oleh pengusaha lain yang tidak beritikad baik.<sup>58</sup> Pendaftaran merek merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan agar pemegang merek mendapat perlindungan hukum, karena dalam sistem pendaftaran secara konstitutif pendaftarlah yang menciptakan hak atas merek, siapa yang pertama mendaftarkan dialah yang berhak atas merek dan dialah yang secara eksklusif dapat memakai merek tersebut.<sup>59</sup> Pemegang merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya kalau merek itu didaftarkan. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut dalam UU Merek Indonesia, yakni first to file principle, bukan first come atau first out. Berdasarkan kepada prinsip ini, maka pelaku usaha yang ingin memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran merek yang bersangkutan.<sup>60</sup>

Suatu merek yang telah didaftarkan dan telah memenuhi persyaratan substantif dan administratif, maka pihak yang mengajukan permohonan merek akan mendapatkan sertifikat merek sebagai bukti hak atas merek. Hak atas merek sendiri diartikan sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu

56 Lembaran Negara Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, bab I, pasal 1.

57 OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2007, hlm. 9.

58 RR. Putri Ayu Priamsari, *Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Di Tingkat Peninjauan Kembali)*, hlm. 115.

59 *Ibid*, hlm. 15.

60 Budi Agus Riswandi, M. Syamsudin, *Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo: Jakarta, hlm. 82.



dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan pada orang lain untuk menggunakannya dengan kata lain mengalihkan hak penggunaan merek tersebut.<sup>61</sup> Pengertian pengalihan hak atas merek yaitu pemilik semula mengalihkan pemilikan atas merek kepada orang lain, sejak saat pengalihan berlangsung maka pada saat itu pula haknya beralih kepada pihak yang menerima pengalihan hak atas merek tersebut.

Selain persoalan merek, persoalan HaKI lain yang berkaitan dengan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang dilakukan oleh pengusaha kuliner di Kota Palembang adalah masalah Rahasia Dagang. Pengaturan mengenai Rahasia Dagang diterbitkan melalui Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 yang mulai diberlakukan pada tanggal 20 Desember 2000. Berdasarkan pasal 2 disebutkan bahwa lingkup perlindungan Rahasia Dagang adalah meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui masyarakat umum. Secara mudah, Rahasia Dagang adalah segala bentuk informasi yang tidak diungkapkan (undisclosed informations) yang memiliki nilai ekonomis dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.<sup>62</sup>

Undang-undang rahasia dagang tidak mengatur secara rinci mengenai bentuk-bentuk informasi yang terkategori ke dalam rahasia dagang, hanya saja Undang-undang Rahasia Dagang mewajibkan setiap bentuk pengalihan hak dan lisensi Rahasia Dagang harus dicatatkan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, hal ini mengindikasikan bahwa serinci mungkin yang menjadi rahasia dagang dari setiap pengusaha harus dibuat secara rinci agar dapat dilindungi secara maksimal pada saat terjadi pengalihan hak dan lisensi.<sup>63</sup> UU Rahasia Dagang ini tidak memerinci bentuk-bentuk informasi yang

---

61 *Ibid*, hlm. 86.

62 Setiawan Adi, "HaKI dan Sengketa Rahasia Dagang", source: <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol1912/haki-dan-sengketa-rahasia-dagang>

63 Gunawan, *Lisensi*, cetakan kedua, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003, hlm 106.

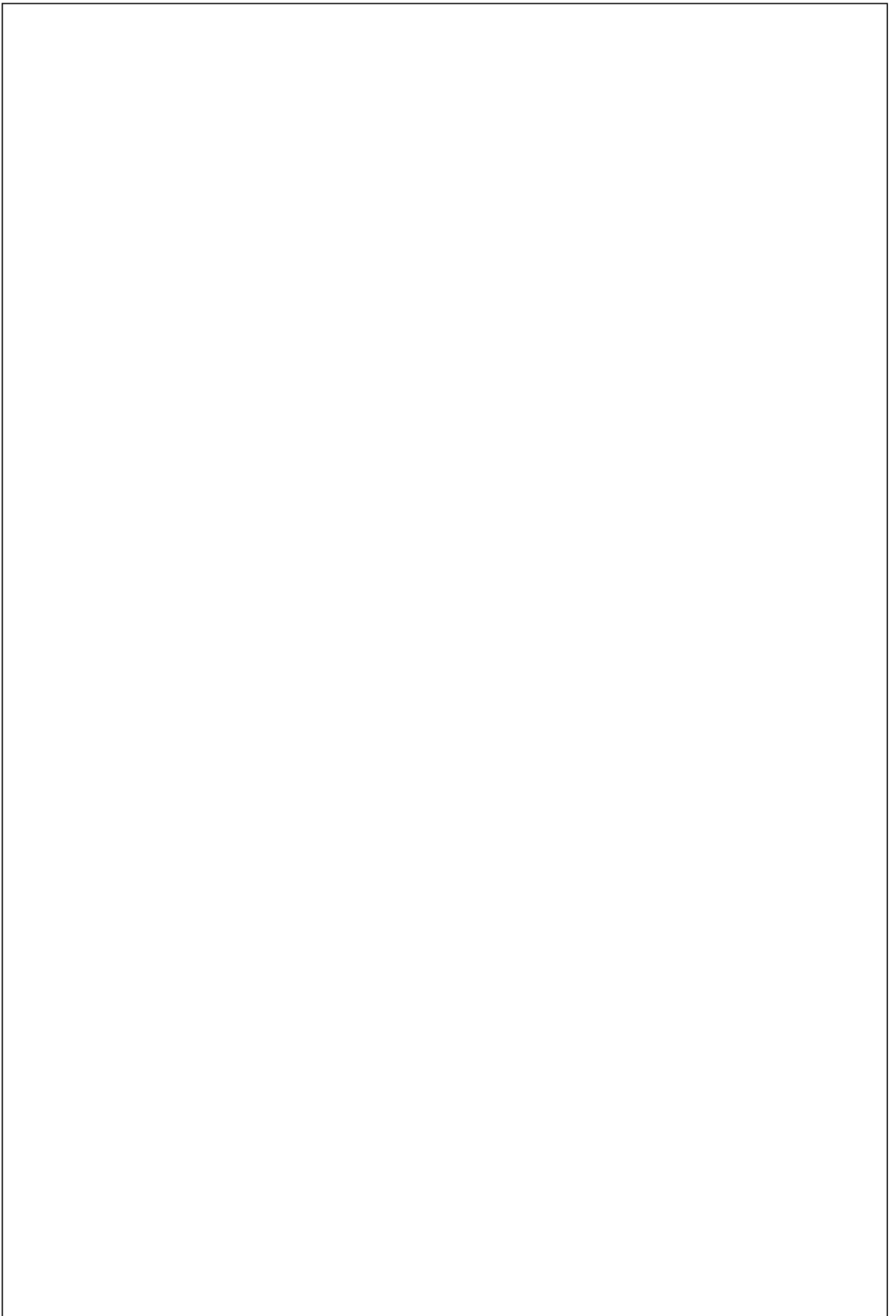
merupakan Rahasia Dagang dan tampaknya akan diserahkan kepada praktek hukum. UU Rahasia Dagang ini mewajibkan setiap bentuk pengalihan hak dan lisensi Rahasia Dagang ini dicatatkan pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.<sup>64</sup> Dalam ranah HAKI pada dasarnya perlindungannya berintikan pengakuan terhadap hak atas kekayaan dan hak untuk menikmati kekayaan itu dalam waktu tertentu, artinya selama waktu tertentu pemilik atau pemegang hak atas HAKI dapat mengizinkan atau melarang untuk mengetahui atau menyebarluaskan informasi (Rahasia Dagang).<sup>65</sup>

Kedua jenis HAKI yang berupa merek dan rahasia dagang menjadi hal penting bagi para pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan khususnya yang melakukan kegiatan usahanya di Kota Palembang. Perlindungan secara hukum ini merupakan bentuk layanan pemerintah dalam menjamin ketertiban usaha dan perlindungan terhadap hak-hak pengusaha agar aman melakukan kegiatan usahanya. Selain itu secara tidak langsung juga dapat melindungi konsumen terhadap pemanfaatan produk makanan dan/atau minuman yang diusahakan oleh pelaku usaha, karena dengan kejelasan merek dagang konsumen akan merasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk pelaku usaha yang sudah tentu menjamin mutu produk untuk mempertahankan konsumennya.

---

64 “Memahami Rahasia Dagang”, source: <http://www.dgip.go.id/memahami-rahasia-dagang>

65 Bambang Kesowo. *Pengantar Hak Atas Kekayaan Intelektual*. UGM-Yogyakarta. 1995, hlm. 10



## **Persoalan Hukum dalam Perkembangan Bisnis Waralaba Kuliner Lokal (Kajian Pada Kuliner Tradisional Sumatera Selatan)**

### **A. KAJIAN TERHADAP PERSOALAN HUKUM PERKEMBANGAN BISNIS BAGI PENGUSAHA KULINER TRADISIONAL SUMATERA SELATAN**

Ketika seorang pengusaha ingin mengembangkan kegiatan usahanya dalam bentuk waralaba, maka otomatis akan ada pengalihan hak dari franchisor kepada franchisee melalui suatu perjanjian. Suatu paket franchise pada dasarnya merupakan satu paket yang terdiri dari beberapa jenis perjanjian. Perjanjian yang dimaksud biasanya terdiri dari perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan mengenai perjanjian yang menyangkut kerahasiaan. Para pihak (franchisor dan franchisee) yang sepakat dalam suatu transaksi waralaba/franchise selain mempermasalahkan persoalan-persoalan yuridis, juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu adanya jaminan bahwa hak franchisor maupun franchisee adalah pihak-pihak yang secara bisnis dapat diandalkan kerjasamanya, kemampuan manajerialnya dan bonafiditasnya untuk bersama-sama membangun kerjasama bisnis.<sup>66</sup>

Pada dasarnya bagi franchisee memperoleh waralaba sebenarnya sama dengan membeli suatu bisnis pada umumnya, tetapi berbeda dari jual beli bisnis biasa, franchisor tidak kehilangan dan sebaliknya

---

<sup>66</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Op cit*, halaman 135

franchisee tidak mengambil alih bisnis yang diwaralabakan, selanjutnya franchisee juga tidak akan dapat menjalankan bisnis yang diperolehnya melalui waralaba sesuai dengan keinginannya sendiri. Menurut Martin Mendelson, prinsip-prinsip fundamental harus tetap ada sebagaimana halnya dalam semua transaksi franchise. Sekali lagi penting untuk menekankan bahwa dalam menyusun pengaturan tersebut ciri-ciri fundamental, karakteristik serta syarat-syarat suatu transaksi franchise harus tetap dijaga. Sekali keutuhan konsep dan system yang telah difranchisekan dirusak maka masa depan pengembangan franchise penuh dengan resiko.<sup>67</sup>

Pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan usahanya di kota Palembang berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan pada 100 (seratus) pengusaha kuliner di Kota Palembang diperoleh informasi bahwa tidak ada satupun diantara mereka yang mengembangkan usahanya dibidang waralaba, walaupun ada lebih dari satu lokasi rumah makan atau restoran yang mereka buka dengan nama dan jenis usaha yang sama, rumah makan atau restoran itu merupakan cabang yang dimiliki oleh satu orang atau masih ada hubungan saudara diantara pemilik. Kondisi ini juga diakui oleh Bapak Afghanis, Bagian Industri Kecil Menengah di Departemen Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang, berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 15 Mei 2013. Rata-rata pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang menganggap usaha kuliner yang mereka jalankan merupakan usaha yang mempertahankan resep keluarga. Pakar usaha kuliner Bapak Taufiq Hidayat yang menyatakan bahwa bisnis kuliner ini berkaitan dengan resep yang merupakan senjata ampuh dalam menarik konsumen sebagai pelanggannya, kondisi ini berdampak

---

<sup>67</sup> Martin Mendelsohn, *Franchising-Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Alih Bahasa oleh Arif Suyoko, Fauzi Bustami, Hari Wahyudi, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1993, hlm 205

pada keenganan pengusaha kuliner membagi resepnya kepada pihak lain yang tidak memiliki kedekatan secara pribadi.<sup>68</sup>

Hasil penelusuran di lapangan yang dilakukan kepada 100 orang responden yang melakukan kegiatan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan diperoleh keterangan bahwa sebagian besar dari mereka telah menjalankan bisnis tersebut kisaran 6 (enam) hingga 10 (sepuluh) tahun. Kenyataan ini membuktikan bahwa bisnis kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang dapat dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan.

Rekapitulasi jangka waktu tersebut terlihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1**  
**Jangka Waktu Menjalankan Bisnis Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang**

No	Jangka Waktu	Jumlah Responden
1	0-5 tahun	32
2	6-10 tahun	43
3	11-15 tahun	18
4	diatas 15 tahun	7
<b>Total Responden</b>		<b>100</b>

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Berdasarkan tabel 1 di atas tergambar bahwa rata-rata paling banyak pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang menjalankan kegiatan usahanya di Kota Palembang kisaran waktu antara 6 hingga 10 tahun. Ada juga pengusaha yang telah menjalankan usahanya lebih dari 15 tahun dan pada umumnya merupakan usaha keluarga yang dijalankan secara turun temurun. Sebagian besar pengusaha kuliner

68 Taufiq Hidayat, "Bisnis Kuliner Itu Adalah Tentang "Recipes", Bukan Tempatnya.", source: <http://www.teoribisnis.com/2013/02/bisnis-kuliner-itu-adalah-tentang.html>

tradisional Sumatera Selatan yang melakukan kegiatan usaha di Kota Palembang berdasarkan hasil pantauan penyebaran kuisisioner pada 100 pengusaha kuliner diperoleh data bahwa 72% merupakan usaha milik sendiri, hanya 13% yang merupakan usaha bersama dengan kolega/teman, alasan pengusaha lebih nyaman melakukan usaha dengan manajemen sendiri didasari pada kemudahan pengaturan usahanya mulai dari pengaturan kepegawaian hingga omset keuntungan, selain itu usaha yang dilakukan sendiri lebih terhindar dari konflik antara pemilik satu sama lain. Ada juga pengusaha yang kepemilikannya adalah milik keluarga, umumnya kelompok ini merupakan usaha turun temurun dari orang tua yang kemudian diserahkan percabang kepada anak-anaknya dengan nama atau merek usaha yang sama. Secara terperinci masalah kepemilikan usaha ini dapat dilibat pada tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2**  
**Kepemilikan Usaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang**

No	Kepemilikan Usaha	Jumlah Responden
1	Milik sendiri	72
2	Miliki keluarga	15
3	Patungan bersama teman / kolega	13
4	Lainnya	0
<b>Total Responden</b>		<b>100</b>

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Kunci utama keberhasilan usaha kuliner adalah resep yang menjadi ciri khas antara satu merek usaha dengan merek usaha lainnya. Resep ini lah yang menjadi salah satu permasalahan dalam pengembangan usaha kuliner melalui mekanisme waralaba, karena resep ini berkaitan dengan persoalan rahasia dagang yang menjadi andalan bagi pengusaha untuk menarik konsumen menjadi pelanggan tetapnya. Hasil penyebaran kuisisioner yang dilakukan diperoleh

data tentang asal muasal resep yang digunakan oleh pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3**  
**Asal Muasal Resep Usaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan**

No	Asal Resep	Jumlah Responden
1	Turun temurun resep keluarga besar	63
2	Teman	5
3	Hasil Eksperimen/Uji Coba sendiri	23
4	Guru / Kurus/Pendidikan	9
5	Lainnya	0
<b>Total Responden</b>		<b>100</b>

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang September 2013.

Berdasarkan tabel 3 di atas rata-rata pengusaha memperoleh resep kuliner tradisional Sumatera Selatan yang dipergunakan dalam menjalankan usahanya menggunakan resep keluarga besar yang merupakan resep turun temurun. Resep yang merupakan warisan dari kerabat mereka ini lah yang dipertahankan dan dirahasiakan, bahkan sebagian besar dari pengusaha tersebut mengolah/meracik bumbu-bumbu sendiri dan juru masak hanya menggunakan bumbu hasil olahan/racikan dari pemilik usaha. Hal ini mereka lakukan agar resep rahasia keluarga mereka tidak dicontoh oleh karyawan mereka, karena berdasarkan pengalaman kerabat mereka terdahulu, ada beberapa karyawan yang tidak jujur dengan melakukan kecurangan melalui penduplikasian resep kuliner mereka kemudian karyawan tersebut berhenti dan membuka usaha sejenis yang menggunakan resep majikannya tersebut. Dalam praktik, kewajiban untuk menjaga kerahasiaan timbul karena adanya hubungan hukum antara satu pihak dengan pihak lain. Salah satu hubungan yang sering memunculkan



kewajiban menjaga kerahasiaan adalah hubungan antara majikan dengan pegawai.<sup>69</sup>

Persoalan resep yang menjadi hal utama dalam perlindungan rahasia dagang yang merupakan bagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual mendapatkan perlindungan dalam hukum Indonesia, yaitu melalui Undang-undang Nomor 30 tahun 2000. Pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya, memberi lisensi atau melarang pihak lain untuk menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.<sup>70</sup> Rahasia dagang pada prinsipnya adalah informasi yang merupakan karya intelektual manusia, yang oleh pemiliknya sengaja dirahasiakan dan dijaga sedemikian rupa untuk melindungi kepentingannya, jangan sampai diketahui umum, karena informasi tersebut bersifat rahasia dan memiliki nilai ekonomis atau mendatangkan manfaat bagi kegiatan usaha yang dijalaninya.<sup>71</sup>

Begitu besarnya peran perlindungan terhadap rahasia dagang ini dalam bisnis kuliner berdampak pada tingkat kehati-hatian dari para pengusaha untuk mempercayakannya kepada pihak lain yang sama sekali tidak dikenal oleh mereka atau secara pribadi dan kekerabatan tidak memiliki hubungan. Kekhawatiran dari pengusaha adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pihak yang diberikan kepercayaan tersebut, walaupun secara mekanisme hukum melalui Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 diatur mengenai sanksi bagi pelanggar rahasia dagang tersebut, yaitu seperti yang diatur dalam Pasal 11, 13, dan 14, berupa gugatan ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan, dan berbeda dengan gugatan HAKI lainnya, gugatan mengenai perkara Rahasia Dagang diajukan ke Pengadilan Negeri.<sup>72</sup> Selain penyelesaian

---

69 Tim Lindsey, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, PT. Alumni: Bandung, 2006, hlm 252

70 Adrian Sutedi, S.H, M.H. *Hak Atas Kekayaan intelektual*. Jakarta : Sinar Grafika. 2009, hlm. 122

71 Rachmadi usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, PT. Alumni: Bandung, 2003, hlm 400.

72 H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta : Rajawali Pers. 1995, hlm. 464

di peradilan umum, penyelesaian gugatan pelanggaran rahasia dagang juga dimungkinkan diselesaikan melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa sesuai Pasal 12.<sup>73</sup>

Para pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan aktifitas bisnisnya di Kota Palembang benar-benar hanya melakukan bisnis dengan upaya memperoleh keuntungan, dalam artian hanya mengejar pemenuhan ekonomi saja. Orientasi bersosialisasi dalam bentuk ketergabungan dengan organisasi yang berkaitan dengan kuliner masih dirasakan oleh para pengusaha sesuatu yang tidak begitu dibutuhkan, hal ini terlihat dalam tabel 4 berikut:

**Tabel 4**  
**Pemahaman Tentang Organisasi Kuliner**

No	Uraian	Ya	Tidak	Total
1	Mengetahui tentang Organisasi Kuliner	17	83	100
2	Tergabung dalam Organisasi Kuliner	5	95	100

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang September 2013.

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar pengusaha yang menjadi responden tidak mengetahui atau tidak pernah mendengar tentang keberadaan organisasi yang bergerak dibidang kuliner, bahkan yang tergabung dalam organisasi kuliner hanya 5 orang pengusaha, itu pun pengusaha kuliner tradisional yang telah melakukan usaha dalam kurun waktu yang lama dan sudah termasuk jenis usaha dengan skala yang besar. Berdasarkan informasi yang diperoleh kelima pengusaha yang tergabung dalam organisasi kuliner merupakan organisasi Ikatan Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan dan Yayasan Giji Kuliner Cabang Wilayah Palembang.

---

73 Racmadi Usman, Op. Cit, hlm 407

Selain pemahaman yang kurang tentang organisasi kuliner yang ada, para responden juga tidak begitu memahami mengenai persoalan yang berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan usaha kuliner yang mereka jalani. Rata-rata mereka mengetahui tentang peraturan yang berupa Undang-undang yang berkaitan dengan bisnis kuliner dan mengenai perizinan usaha, tetapi ketika ditanyakan lebih detail mereka hanya tahu saja ada aturan hukum tersebut tetapi tidak memahami isi dari peraturan tersebut secara rinci. Pengetahuan yang mereka maksud disini adalah hanya sekedar tahu karena pernah mendengar dan mengurus beberapa perizinan yang berkaitan dengan kegiatan usaha mereka. Adapun pengetahuan mereka tentang peraturan yang berkaitan dengan usaha kuliner terdapat dalam tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5**  
**Pengetahuan Tentang Peraturan Yang Berkaitan Dengan Kuliner**

No	Jenis Peraturan	Jumlah Responden
1	Undang-undang Merek	32
2	Undang-Undang Rahasia Dagang	8
3	Undang-undang Pangan	42
4	Undang-undang Perlindungan Konsumen	9
5	Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan	7
6	Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tentang Pendaftaran Izin Usaha	21

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisioner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang September 2013.

Pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang menjalankan usahanya di Kota Palembang selama ini melakukan usaha dengan orientasi memperoleh keuntungan yang maksimal dengan berbagai persaingan bisnis usaha melalui tawaran pelayanan yang baik kepada pelanggan, harga jual yang terjangkau, cita rasa yang mempunyai ciri khas dari tempat lain. Usaha yang mereka jalankan tentu saja tidak

dilewati dengan mudah, ada beberapa hambatan yang mereka rasakan mulai dari persoalan kurangnya perlindungan dari pemerintah hingga masalah ketersediaan bahan baku yang tidak stabil, semua hambatan itu diperoleh dari hasil pengisian kuisiner yang dikelompokkan dalam tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6**  
**Hambatan atau Kendala dalam Menjalankan Usaha**

No	Hambatan atau Kendala	Jumlah Responden
1	Birokrasi Perizinan	92
2	Pungutan Liar	100
3	Perlakuan yang tidak sama dari aparat hukum	97
4	Modal yang terbatas	56
5	Karyawan yang kurang terampil	73
6	Karyawan yang tidak jujur	38
7	Harga barang pokok yang tidak stabil	87
8	Bahan Baku yang kurang tersedia	69

**Sumber:** Hasil pengolahan data primer penyebaran kuisiner pada 100 orang responden Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang September 2013.

Berdasarkan tabel 6 di atas, dari 100 orang responden yang diminta keterangan diperoleh data bahwa semua responden mengeluhkan tentang pungutan liar yang sering dilakukan oleh oknum-oknum aparat hukum dan preman yang mengatasnamakan penjagaan keamanan pengusaha dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Ada juga yang menyatakan persoalan perlakuan yang tidak adil dari pemerintah atau aparat hukum serta birokrasi perizinan yang dinyatakan masih terkendala. Pemerintah kota Palembang memang telah menerapkan sistem perizinan satu pintu yang dilaksanakan pada Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) yang berlokasi di belakang kantor walikota Palembang jalan Merdeka samping Benteng Kuto Besak Palembang.

Pada dasarnya semua perizinan dilakukan pendaftarannya di KPPT Kota Palembang, tetapi praktek di lapangan hanya pendaftaran dan pembayaran administrasi resmi saja dilakukan di KPPT, sedangkan

proses setelah pendaftaran hingga surat perizinan diterbitkan dikembalikan lagi ke dinas masing-masing. KPPT sistem satu pintu itu hanya tempat pendaftaran dan tempat pengambilan surat perizinan, sedangkan proses dikembalikan kepada dinas yang bersangkutan. Kondisi inilah yang sering dimanfaatkan oleh oknum-oknum dinas yang bersangkutan untuk mempercepat atau memperlambat diterbitkannya perizinan.<sup>74</sup>

Berbagai bentuk rincian perjanjian yang dijabarkan dalam kesepakatan antara para pihak yang akan menjalankan usaha waralaba memberikan pandangan yang berbeda-beda antar para responden pelaku usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang. Seratus orang responden yang dimintai pendapatnya mengenai pemahaman mereka tentang pengembangan bisnis secara waralaba ternyata diperoleh hasil yang mengejutkan. Mereka mengetahui dan sudah familiar mendengar istilah tentang pengembangan usaha dalam mekanisme waralaba tetapi belum pernah mendengar mengenai peraturan yang berkaitan dengan pengembangan usaha waralaba, hal ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

**Tabel 7**  
**Pemahaman Tentang Waralaba**

No	Uraian	Ya	Tidak	Total Responden
1	Mengetahui tentang Waralaba	63	37	100
2	Mengetahui tentang Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 tahun 2007	9	91	100
3	Minat Pengusaha Untuk Mengembangkan usaha kuliner dalam bentuk waralaba	19	81	100

<sup>74</sup> Dirangkum dari beberapa pernyataan responden dari hasil sebaran quisioner pada 100 responden pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, Maret-Mei 2013

No	Uraian	Ya	Tidak	Total Responden
4	Peran serta pemerintah dibutuhkan dalam membantu perkembangan bisnis waralaba kuliner tradisional Sumatera Selatan	84	16	100

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Berdasarkan Tabel 7 di atas diketahui bahwa 63 responden sudah tidak asing dengan istilah bisnis waralaba tetapi sebagian besar dari mereka belum mau mengembangkan usahanya secara waralaba. Hal ini dilatarbelakangi oleh kondisi sosial masyarakat kota Palembang yang menganggap kekerabatan atau kedekatan secara pribadi dirasakan lebih aman dan nyaman dalam membagi bisnis kuliner mereka. Pada saat bisnis kuliner tradisional dijalankan, hal utama dan yang utama untuk dijaga adalah masalah resep dari kuliner yang bersangkutan. Persoalan cita rasa merupakan persoalan yang amat dirahasiakan karena berkaitan dengan ketertarikan konsumen sebagai pelanggan usaha kuliner tersebut. Selain itu mereka juga merasakan bahwa keberpihakan pemerintah daerah khususnya terhadap perlindungan hak-hak mereka juga dirasakan kurang, sedangkan peran pemerintah seharusnya dapat diberikan secara penuh. Sebagai contoh untuk mendaftarkan merek dagang usahanya dari 87 usaha rumah makan atau restoran yang bergerak dibidang kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang yang telah mendapatkan izin usaha hanya 3 (tiga) pengusaha kuliner saja yang telah memperoleh hak atas merek dagang sedangkan 27 (dua puluh tujuh) pengusaha lainnya masih menunggu proses dan satu pengusaha kuliner yang hak merek dagangnya ditolak. Adapun 3 pengusaha kuliner yang telah memperoleh hak merek dagangnya dan satu pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang ditolak dapat dilihat dalam Tabel 8 berikut ini:

**Tabel 8**  
**Daftar Merek Dagang Usaha Kuliner yang Terdaftar di Kantor Wilayah**  
**Kementerian Hukum dan HAM Palembang**

No.	Merek Dagang	Pemohon	No. Sertifikat	Tahun
1	Candy	Sukartini (Jl. Kapt. A. Rivai No. 107 Palembang)	IDM.000534093	2001
2	Nony 168	Heny Vironica (Komp. Sukarami Indah C. 5 No. 18 Palembang)	D.05.2004.00004	2004
3	Ratu Kriwil	Antonius Abasbudi Prayitno (Komp. Bukit Sukatani Blok B. 6 Sako Palembang)	J.05.2008.00001	2008
4	Cek Nani	Jln. Alang-alang Lebar Km.12 Palembang	Ditolak	2007

**Sumber:** Pengolahan data yang diperoleh oleh survey langsung ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang, Juni 2013.

Sedangkan 27 pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang yang telah mendaftarkan mereknya tetapi belum mendapatkan haknya terlihat dalam tabel 9 sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Daftar Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang yang**  
**mengajukan pendaftaran merek dan masih dalam proses**

No	Merek Dagang	Alamat
1	Pempek Dempo	Jl. Letkol Iskandar No.636 Palembang
2	Nawa Cafe	Jl. R. Sukanto Palembang Komp. PTC Mall
3	Pempek Mang Din	Jl. H. Faqih Usman No.2538 I Ulu Palembang
4	Ikan Belida	Jl. H. Faqih Usman Lrg. Tunas Harapan No. 2543 I Ulu Palembang
5	Een	Jl. KH. Azhari No. 1932 Lrg. Kapitan 7 Ulu Palembang

No	Merek Dagang	Alamat
6	Suwandi	Jl. Pengadilan No. 745 Palembang
7	Hong-Hong	Jl. Letnan Jaimas Lrg. Kebon No. 56 Kelurahan 24 Ilir Bukit Kecil Palembang
8	Kunci Mass	Jl. Lunjuk Jaya Rt.048 Palembang
9	Hikmat	Jl Sosial Km,5 No. 631
10	Cek Nona	Jl. Aiptu A. Wahab No. 297 Palembang
11	Tiga bintang	Jl. Dwikora II No. 1723 Rt. 523 Lrg. Sekundeng Palembang
12	4 Saudara	Jl. Letnan Jaimas Lrg. Langgar No. 95 Palembang
13	Berkah	Jl. Cempaka No. 1337 Rt. 36 Kel 26 Ilir Kecamatan Bukit Kecil Palembang
14	Dikita	Jl. KH. A. Dahlan No.32 Rt.36 Kelurahan 26 Ilir Kecamatan Bukit Kecil Palembang
15	RM. Sri Melayu	Jl. Demang Lebar Daun Palembang
16	RM Sunda Kelapa	Jl. Demang Lebar Daun Palembang
17	Pempek Beringin	Jl. Radial Palembang
18	RM Kokom	Jl. Letkol Iskandar No. 636 Palembang
19	RM Milinium	Jl. RE Martadinata Palembang
20	Arifin Hasan AS	Jl. Letkol Iskandar Palembang
21	Hj. Msy. Ningmas 2	Jl. KH. Azhari Kelurahan 5 Ulu Palembang
22	RM. Pondok Kelapa	Jl. Lintas Soekarno Hatta Palembang
23	RM. Linggau	Jl. Radial Palembang
24	Amin	Jl. Sempayo No. 38 Rt.01 Rw.01 Kemang Manis Kecamatan Ilir Barat II Palembang
25	RM Pondok Selera	Jl. Lintas Soekarno Hatta Kelurahan Bukit Baru Kecamatan ilir Barat I Palembang
26	633	Jl. Taipeng Kel. Sei Pangeran Kec. IT. I Cinde Palembang
27	RM. Berkah	Jl. Cempaka No. 1337 Rt.36 kelurahan 26 Ilir Kecamatan Bukit Kecil Palembang

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.



Ketika dipertanyakan mengenai keberlanjutan permohonan merek yang mereka ajukan selalu saja jawabnya masih dalam proses. Sebagaimana besar pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan usahanya di Kota Palembang rata-rata telah memiliki izin usaha dan tempat usaha, ada juga yang telah mengurus persoalan kehalalan kegiatan usaha mereka kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) cabang wilayah Palembang sebagai bentuk pelayanan bagi konsumennya atas kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk yang mereka tawarkan, walaupun permohonan sertifikat halal ini hanya dilakukan oleh pengusaha dengan skala permodalan yang menengah ke atas. Mengenai perizinan ini dapat dilihat dalam Tabel 10 berikut:

**Tabel 10**  
**Perizinan Usaha yang Dipenuhi Oleh Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang**

No	Jenis Perizinan	Jumlah Responden		Total Responden
		Ya	Tidak	
1	Surat Izin Tempat Usaha (SITU)	83	17	100
2	Surat Izin Usaha (SIU)	83	17	100
3	Sertifikat Halal	43	57	100
4	Izin BPOM	28	72	100
5	Izin Dept Kesehatan	28	72	100
6	Sertifikat Merek Dagang	4	96	100

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Tabel 10 di atas menginformasikan bahwa dari 100 orang responden yang dimintai pendapatnya melalui kuisisioner yang diberikan sebagian besar telah memiliki izin usaha dan izin tempat usaha, hal ini berbading terbalik dengan perizinan yang berupa pendaftaran merek yang hanya dimiliki oleh 4 orang pengusaha saja, alasan yang mereka kemukakan beragam, salah satunya adalah perizinan merek memakan waktu yang lama dan pengurusannya yang rumit. Kesalahan dalam pemahaman perizinan merek juga dialami oleh beberapa pengusaha,

mereka menganggap dengan telah dimilikinya surat izin usaha dan izin tempat usaha itu sudah cukup dan sudah termasuk dikenalnya merek dagang mereka oleh masyarakat umum tidak perlu dilakukan pendaftaran merek, karena selama ini mereka juga tidak mengalami persoalan dengan merek dagang yang mereka gunakan.<sup>75</sup> Hal ini memperlihatkan bahwa secara administratif saja persoalan merek masih menjadi persoalan apalagi perlindungan hukum terhadap izin usaha waralaba. Persoalan kepastian hukum yang menjadikan keraguan bagi pengusaha kuliner untuk mengembangkan usahanya dalam bisnis waralaba berdampak pada tidak diminatinya usaha waralaba ini untuk dipraktekkan. Pernyataan kurang diminatinya pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba ini terangkum dalam Tabel 11 berikut ini:

**Tabel 11**  
**Alasan Tidak Berkeinginan untuk Mengembangkan Kuliner Tradisional dalam bentuk Waralaba**

No	Alasan Responden	Jumlah
1	Peraturannya tidak jelas	58
2	Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha masih memihak bagi pengusaha tertentu	39
3	Permasalahan rahasia resep	32
4	Permasalahan jaminan mutu produk yang tidak terjamin	17
5	Permasalahan kepercayaan dalam membagi teknik bisnis	28

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Peraturan yang dianggap tidak jelas dipahami oleh para pengusaha karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah menjadi alasan utama mengapa pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba tidak

<sup>75</sup> Dirangkum dari beberapa pernyataan responden dari hasil sebaran kuisioner pada 100 responden pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, Maret-Mei 2013

diminati oleh para pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan kegiatan usahanya di Kota Palembang, alasan lain adalah persoalan kepastian terpeliharanya dan terlindunginya masalah resep yang menjadi kunci utama dalam bisnis kuliner. Meskipun sebagian besar pengusaha kuliner yang dijadikan responden dalam penelitian ini tidak berkeinginan untuk melakukan pengembangan usahanya melalui mekanisme waralaba, tetapi ada beberapa responden pengusaha kuliner yang menyatakan kemungkinan minatnya untuk melakukan pengembangan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan melalui mekanisme waralaba, alasan yang diutarakan oleh pengusaha tersebut terangkum dalam Tabel 12 berikut:

**Tabel 12**  
**Alasan Keinginan untuk Mengembangkan Kuliner Tradisional dalam bentuk Waralaba**

No	Alasan Responden	Jumlah
1	Memperluas kegiatan usaha	17
2	Memperoleh keuntungan yang lebih besar	19
3	Membuka peluang kesempatan berusaha pihak lain	7
4	Membuka peluang lowongan pekerjaan yang lebih luas	9
5	Melestarikan kuliner tradisional Sumatera Selatan	12

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Keinginan pengusaha kuliner untuk mengembangkan usahanya melalui mekanisme waralaba dilatarbelakangi oleh keinginan memperoleh keuntungan yang lebih banyak dan pengembangan kegiatan usaha mereka agar dikenal secara luas oleh konsumennya. Pengusaha kuliner juga menyatakan perlu adanya peran serta pemerintah agar minat pengusaha lainnya dalam pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba meningkat, persoalan utama tidak adanya perlindungan dan perhatian dari pemerintah daerah dirasakan sebagai salah satu penyebab pengusaha nyaman hanya dengan menjalankan usahanya secara konvensional. Berdasarkan hasil pengumpulan data primer yang diperoleh dari 100 orang responden dengan dimintai

keterangan tentang perlu atau tidaknya Peran serta pemerintah dibutuhkan dalam membantu perkembangan bisnis waralaba kuliner tradisional Sumatera Selatan, terungkap bahwa 84 (delapan puluh empat) orang responden menyatakan perlu adanya peran serta pemerintah dalam membantu perkembangan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan melalui mekanisme waralaba (terlihat dalam Tabel 7 di atas).

Peran serta pemerintah yang diusulkan oleh 84 responden yang dimintai keterangan dirangkum dalam Tabel 13 berikut:

**Tabel 13**  
**Peran Pemerintah dalam Membantu Perkembangan Bisnis Waralaba Kuliner Tradisional Sumatera Selatan**

No	Alasan Responden	Jumlah
1	Membuat Peraturan yang Melindungi Usaha Kuliner Tradisional	72
2	Kepastian dalam penegakan peraturan yang tidak memihak	84
3	Penertiban pungutan liar	77
4	Permudah birokrasi perizinan	69
5	Pembuatan program pendanaan atau kredit pinjaman dengan bunga ringan	25
6	Pelatihan-pelatihan kewirausahaan	19

**Sumber:** Hasil Penelusuran dan Pengolahan Data Primer kepada 100 Responden pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, September 2013.

Sebagian besar responden yang menyatakan bahwa peran pemerintah diperlukan dalam pengembangan usaha kuliner melalui mekanisme waralaba mengusulkan agar pemerintah memberikan kepastian dalam penegakan peraturan yang tidak memihak antara satu pengusaha dengan pengusaha lainnya. Kecenderungan pemerintah untuk lebih memihak dan memberi kemudahan pada pengusaha yang memiliki modal besar atau yang memiliki usaha lebih besar dan memiliki kedekatan atau koneksi dengan penguasa menjadikan sikap apatis dari sebagian besar pengusaha. Keinginan para pengusaha untuk diberikan kemudahan dalam permodalan dan perizinan serta

perlakuan yang adil serta tidak memihak pada pengusaha tertentu dapat menjadi faktor penentu utama diminatinya pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba.

## **B. KONSEP PENGATURAN ATAU MODEL IDEAL SISTEM WARALABA KULINER SUMATERA SELATAN YANG DAPAT MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENGUSAHA KULINER**

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada 100 pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan yang berada di kota Palembang diketahui bahwa, pengembangan usaha dengan mekanisme waralaba bukanlah menjadi pilihan yang menarik bagi para pengusaha kuliner di kota Palembang. Keenganan pengusaha untuk berbagi resep kulinernya kepada pihak lain yang tidak memiliki kedekatan secara pribadi atau hubungan kekerabatan dan jaminan perlindungan hukum yang tidak jelas dari pemerintah daerah setempat menjadi faktor utama sekaligus sebagai kendala dalam mensosialisasikan bisnis melalui mekanisme waralaba. Upaya untuk mencari solusi agar bisnis waralaba ini dapat berkembang adalah melalui penemuan model ideal system waralaba yang dapat diterima dan diimplementasikan oleh pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan.

Upaya dalam menemukan model ideal system waralaba baru dapat dilakukan dengan terlebih dahulu menelaah dan menganalisis proses perizinan waralaba yang menjadi tolok ukur utama dalam pelaksanaan bisnis tersebut. Setiap Negara memiliki aturan perizinan yang berbeda khususnya yang mengatur masalah pendirian usaha waralaba/franchise. Menurut hukum di Indonesia masalah prosedur perizinan bidang usaha waralaba/franchise ini tunduk pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Berdasarkan aturan tersebut Pemberi Waralaba (franchisor) dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang

di negara asalnya dan diketahui oleh Pejabat Perwakilan Republik Indonesia setempat. Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki SIUP dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.<sup>76</sup> Perizinan ini dimintakan pada departemen perindustrian dan perdagangan atau instansi terkait lainnya, Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk dapat memberikan saran penyempurnaan atas Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan untuk melindungi kepentingan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan keikutsertaan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau sebagai pemasok barang atau jasa.<sup>77</sup>

Setiap Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan wajib mendaftarkan Perjanjian Waralabanya beserta keterangan tertulis kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan cq. Pejabat yang berwenang menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (selanjutnya disingkat STPUW)<sup>78</sup> untuk memperoleh STPUW. Pendaftaran sebagaimana dimaksud diatas dilakukan dengan cara mengisi Daftar Isian Permintaan STPUW dan dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya Perjanjian Waralaba.

Bentuk Daftar Isian Permintaan STPUW dibuat dalam rangkap 2 (dua), ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya. Daftar Isian Permintaan STPUW dapat diminta secara cuma-cuma di Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri atau di Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.<sup>79</sup>

---

76 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Log Cit. pasal 9

77 Ibid pasal 10

78 STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh penerima waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam keputusan menteri perindustrian dan perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

79 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Log Cit. pasal 11

Daftar Isian Permintaan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya, diserahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW dengan dilengkapi foto-copy masing-masing 1 (satu) eksemplar terdiri dari:<sup>80</sup>

1. Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis;
2. Surat Izin Usaha Perdagangan dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.

Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai telah lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW, menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW<sup>81</sup> Tetapi dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai belum lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW menolak permintaan penerbitan STPUW disertai dengan alasan-alasan penolakan.<sup>82</sup>

Bagi pemohon yang ditolak setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Keputusan menteri perindustrian dan perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, dapat mengajukan kembali permintaan STPUW<sup>83</sup> Masa berlaku STPUW sesuai dengan masa berlaku perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba atau perjanjian antara Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan.<sup>84</sup>

Apabila Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru

---

80 Ibid pasal 12 ayat (1)

81 Ibid pasal 12 ayat (2)

82 Ibid pasal 12 ayat (3)

83 Ibid pasal 12 ayat (4)

84 Ibid pasal 13

hanya diberikan kalau Pemberi Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (Clean Break). Apabila Penerima Waralaba Utama memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (Clean Break).<sup>85</sup>

Kewenangan pemberian STPUW dilimpahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW sebagai berikut:

- a. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba luar negeri diterbitkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan formulir khusus yang telah ditetapkan.
- b. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Waralaba Dalam Negeri dan Luar Negeri adalah Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat dengan menggunakan formulir khusus yang juga telah ditetapkan.

Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan Perjanjian Waralaba<sup>86</sup>.

Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan atau pemasok dalam rangka penyediaan dan atau pengadaan barang

---

85 Ibid pasal 14

86 Ibid pasal 16



dan atau jasa. Dalam hal Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/ Penerima Waralaba Lanjutan wajib mengutamakan kerjasama dan atau pasokan barang dan atau jasa dari pengusaha kecil dan menengah.<sup>87</sup>

Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi, dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu oleh Menteri perindustrian dan perdagangan. Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II ditetapkan oleh Menteri perindustrian dan perdagangan secara bertahap dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi yang berada di Pasar Tradisional dan di luar Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sepanjang berada di Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk<sup>88</sup>.

Pemberi Waralaba dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut. Penerima Waralaba Utama dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba Lanjutan di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang

---

87 Ibid pasal 17

88 Ibid pasal 18

sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di kolasi tersebut. Apabila di suatu lokasi yang berdekatan sudah ada usaha Waralaba yang dilakukan oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan, maka di kolasi tersebut dilarang didirikan usaha yang merupakan cabang dari Pemberi Waralaba yang bersangkutan dengan merek yang sama kecuali untuk barang dan atau jasa yang berbeda.<sup>89</sup>

Sebagai pengecualian untuk kegiatan usaha Waralaba yang memperdagangkan khusus barang/makanan/minuman dan jasa tradisional khas Indonesia dapat diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia oleh usaha kecil dan menengah dan atau mengikutsertakan usaha kecil dan menengah.<sup>90</sup> Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha Waralaba secara periodik setiap 6 (enam) bulan yaitu selambat-lambatnya setiap tanggal 31 Juli dan 31 Januari dengan menggunakan formulir khusus yang ditetapkan oleh menteri perindustrian dan perdagangan, kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW<sup>91</sup> Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk dilakukan penyesuaian STPUW-nya terhadap setiap perubahan perjanjian yang berupa:<sup>92</sup>

- a. Perluasan/penambahan/memperkecil kegiatan Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;
- b. Pengalihan kepemilikan usaha;
- c. Pemindahan alamat tempat usaha waralaba atau Kantor Pusat;
- d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;

---

89 Ibid pasal 19

90 Ibid pasal 20

91 Ibid pasal 21 ayat (1)

92 Ibid pasal 21 ayat (3)

- e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW diberikan peringatan tertulis apabila:<sup>93</sup>

1. tidak melaksanakan kewajiban pelaporan STPUW seperti yang dijabarkan diatas;
2. tidak memenuhi kewajiban pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. adanya laporan atau pengaduan dari pejabat yang berwenang atau pemegang Hak Atas Kekayaan intelektual bahwa pemberi atau penerima waralaba melakukan pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual seperti antara lain Hak Cipta, Paten atau Merek.

STPUW dapat dibekukan apabila Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan:<sup>94</sup>

- a. telah mendapat peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan, yang bersangkutan tidak melaksanakan kewajibannya;
- b. sedang diperiksa di sidang pengadilan karena didakwa melakukan tindak pidana ekonomi atau perbuatan lain yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, atau melakukan pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual.

Pembekuan STPUW tersebut berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak 1 (satu) bulan setelah tanggal dikeluarkannya peringatan tertulis yang ketiga.

---

93 Ibid pasal 22 ayat (1)

94 Ibid pasal 22 ayat (2)

Pembekuan STPUW berlaku sampai dengan dikeluarkannya Keputusan Badan Peradilan yang berkekuatan hukum tetap. STPUW yang dibekukan dapat dicairkan kembali apabila:<sup>95</sup>

- a. STPUW yang diperoleh berdasarkan keterangan/data yang tidak benar atau palsu;
- b. selama 6 (enam) bulan dalam masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan telah melakukan perbaikan atau telah melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan dan telah melaksanakan kewajiban Pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- c. dinyatakan tidak terbukti melakukan tindak pidana ekonomi atau pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual sesuai Keputusan Badan Peradilan yang telah berkekuatan hukum tetap.

STPUW dapat dicabut apabila:<sup>96</sup>

- a. selama 6 (enam) bulan masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan ketentuan;
- b. telah dijatuhi hukuman oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Peringatan tertulis, pembekuan dan pencabutan STPUW dilakukan oleh pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.<sup>97</sup>

Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah dicabut STPUW-nya dan tetap melaksanakan kegiatan usaha waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang tidak mendaftarkan akta perjanjian beserta keterangan tertulis dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya dan telah diberi peringatan tertulis sebanyak tiga kali berturut-turut dengan tenggang

---

95 Ibid pasal 22 ayat (5)

96 Ibid pasal 22 ayat (6)

97 Ibid pasal 22 ayat (7)

waktu masing-masing 1 (satu) bulan dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>98</sup>

Berdasarkan sudut muatan yang terkandung dalam suatu perjanjian franchise yang umumnya terdiri dari pasal-pasal, jika dilakukan suatu identifikasi terhadap pokok-pokok materi yang terpenting di dalam perjanjian tersebut, maka minimal terdapat klausula-klausula utama, sebagai berikut:<sup>99</sup>

### **1. Objek yang difranchisekan**

Objek yang difranchisekan biasanya dikemukakan di awal perjanjian franchising. Objek yang difranchisekan harus menjelaskan secara cermat mengenai bisnis barang/jasa apa yang termasuk dalam franchise.

### **2. Tempat berbisnis dan wilayah franchise**

Tempat berbisnis dan penampilan yang baik dan membawa ciri franchisor dibutuhkan dalam usaha franchise. Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis harus diperhatikan dengan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang layak. Pemberian wilayah didasarkan agar pemberian suatu wilayah tertentu dapat menjamin tidak ada persaingan usaha sejenis baik yang dilakukan oleh sesama franchisee ataupun oleh franchisor sendiri.

Berdasarkan pasal 18 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi, dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu (secara bertahap) oleh Menteri memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial

---

98 Ibid Pasal 23

99 Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, cetakan kedua, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2004, hlm 80-101

dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan. Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi yang berada di Pasar Tradisional dan di luar Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil.

Sedangkan usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sepanjang berada di Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk.

### **3. Sewa guna**

Sewa guna ini dilakukan apabila lokasi usaha franchise didapat dengan suatu sewa. Jangka waktu sewa ini paling tidak harus sama dengan jangka waktu berlakunya perjanjian franchise.

### **4. Pelatihan dan bantuan teknik dari franchisor**

Pelatihan merupakan hal mutlak yang harus dijalankan oleh calon franchisee ataupun para franchisee. Franchisor merasa bahwa pelatihan terutama untuk tahap awal merupakan hal yang terpenting, franchisor harus mendapat kepastian bahwa para franchisee beserta staf mereka telah mendapatkan pelatihan yang baik. Pelatihan ini bertujuan untuk menjaga kualitas yang baik.

### **5. Standar operasional**

Standar operasional yang ditetapkan dalam franchise biasanya tertuang dalam buku petunjuk operasional/operational manual. Petunjuk tersebut mengandung metode, dalam bentuk tertulis yang lengkap untuk menjalankan bisnis franchise. Menurut Martin

Mendelsohn<sup>100</sup>, buku pedoman yang berisikan standar bisnis ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu:

- a. Pendahuluan yang memuat uraian pendahuluan yang menguraikan hakikat dasar dari system kerja serta falsafah bisnis jasa personal yang mendasarinya;
- b. System operasional yang menguraikan bagaimana system operasi dibentuk, dan bagaimana serta mengapa berbagai unsure-unsur pokok saling bersesuaian;
- c. Metode operasional yang mendetail menguraikan mengenai perlengkapan apa yang diperlukan, apa fungsinya, dan bagaimana mengoperasikannya;
- d. Serta instruksi pengoperasian yang meliputi:
  - e. Buku jam/hari;
  - f. Pola-pola perdagangan;
  - g. Jadwal dan penggantian staf;
  - h. Penggunaan bentuk dan prosedur yang standar;
  - i. Persyaratan yang berkaitan dengan penampilan staf;
  - j. Prosedur pelatihan staf;
  - k. Prosedur memperkerjakan staf dan peraturan perundang-undangannya;
  - l. Prosedur untuk mendisiplinkan staf serta kewajiban yang harus dipenuhi oleh franchisee sebagai pemakai;
  - m. Kebijakan penetapan harga;
  - n. Kebijakan pembelian;
  - o. Standar produk termasuk prosedur menangani keluhan pelanggan;
  - p. Standar layak;
  - q. Tugas-tugas staf;
  - r. Pembayaran uang franchise;
  - s. Akuntansi;
  - t. Control kas dan prosedur perbankan;
  - u. Termasuk prosedur yang berhubungan dengan cek, kartu cek dan kartu kredit;

---

100 Martin Mendelshn, Op. cit. halaman 104-106

- v. Periklanan dan pemasaran;
- w. Persyaratan yang berkenaan dengan presentasi gaya gedung yang dimiliki franchisor;
- x. Juga persyaratan mengenai cara untuk mempergunakan merek dagang dan/atau merek jasa, asuransi, prosedur pengendalian sediaan.

## 6. Pertimbangan-pertimbangan keuangan

Pertimbangan-pertimbangan keuangan merupakan hal yang paling sensitif dalam perjanjian franchise. Besarnya uang yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor pada hakekatnya merupakan pengganti atas pemberian hak-haknya dari franchisor kepada franchisee. Pembayaran sejumlah uang ini merupakan hasil kesepakatan antara para pihak. Terdapat beberapa jenis pembayaran yang menjadi kewajiban dari franchisee kepada franchisor, yaitu *initial fee*<sup>101</sup>, *continuing fee*<sup>102</sup>, *royalty*<sup>103</sup> serta biaya lain yang disepakati yang berguna di dalam memelihara kelanjutan hubungan franchise.

## 7. Klausula-klausula kerahasiaan

Perjanjian franchise selalu memuat klausula yang melarang para pihak untuk memberitahukan rahasia dagang kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai kepentingan dengan bisnis. Klausula kerahasiaan ini amat penting dalam suatu perjanjian franchise karena bila rahasia dagang diketahui oleh pihak lain maka akan menimbulkan *competitor*/pesaing baru dalam bidang bisnis barang/jasa yang sama.

---

101 *Initial fee* merupakan imbalan kepada franchisor atas semua jasa awal yang disediakan, seperti beberapa franchisor pada tahap awal memberikan paket jasa barang-barang dan perlengkapan.

102 *Continuing fee* merupakan pembayaran jasa atas jasa terus menerus yang diberikan oleh franchisor. Dalam praktek, biasanya biaya tersebut dihitung dalam bentuk persentase dari pendapatan kotor franchisee.

103 *Royalty* merupakan imbalan atas pemakaian merek barang/jasa, logo, hak cipta dan sebagainya yang merupakan milik dari franchisor.



## **8. Klausula-klausula yang membatasi persaingan**

Klausula ini mencantumkan bahwa setelah berakhirnya perjanjian maka pihak franchisee dibatasi untuk tidak berusaha dalam bisnis yang sejenis dengan usaha franchise yang sebelumnya telah dijalani selama periode tertentu.

## **9. Pertanggungjawaban**

Pertanggungjawaban memuat mengenai sampai sejauh mana tanggung jawab yang dipikul baik oleh franchisor maupun franchisee.

## **10. Pengiklanan dan strategi pemasaran**

Pengiklanan merupakan bagian yang penting dari strategi pemasaran, oleh karena itu dalam suatu perjanjian franchise untuk kebijaksanaan pengiklanan ini biasanya ditetapkan secara terpusat oleh franchisor.

## **11. Penetapan harga dan pembelian-pembelian**

Penetapan harga ini ditentukan, apakah kewenangannya mutlak milik franchisor atau franchisee mempunyai andil pula dalam penentuan harga. Biasanya penetapan harga ditentukan oleh franchisor dengan mempertimbangkan masukan dari franchisee.

## **12. Status badan usaha atau perusahaan**

Status badan usaha atau perusahaan ini berkaitan erat dengan pertanggungjawaban baik dari pihak franchisor maupun franchisee.

## **13. Hak untuk menggunakan nama dan merek dagang**

Franchisor akan memberikan hak penggunaan logo/desain/merek perusahaan kepada franchisee sehingga identitas serta penampilan bisnis franchisee akan sama dengan bisnis milik franchisor.

#### **14. Masa berlaku dan kemungkinan pembaharuan/ perpanjangan perjanjian**

Prinsip dasar dalam mengatur jangka waktu perjanjian ini adalah bahwa hubungan franchise harus dapat bertahan pada jangka waktu yang cukup lama. Hubungan franchise ini merupakan hubungan bisnis yang memerlukan waktu yang cukup untuk dapat mencapai hasil yang memadai. Jangka waktu perjanjian yang pendek akan memberatkan bagi pihak franchisee karena kesempatan untuk memaksimalkan fungsi operasioanl sangat singkat, sebaliknya apabila jangka waktu perjanjian cukup panjang maka kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari operasi franchise cukup dimungkinkan.

#### **15. Pengakhiran perjanjian**

Kerjasama di bidang franchise biasanya berlaku 5-10 tahun. Apabila jangka waktu itu telah terlampaui franchisor akan meninjau kembali hubungan kerjasama itu dan juga franchisee seringkali berkeinginan untuk terus memelihara serta memperbaharui hubungan kerjasama bisnis franchise tersebut.

#### **16. Penafsiran terhadap perjanjian**

Para pihak dapat menyepakati masalah penafsiran, terutama apabila dalam bisnis franchise terlibat 2 (dua) pihak yang berlainan bangsa, kewarganegaraan.

#### **17. Pilihan hukum dan pilihan forum**

Semua perjanjian harus benar-benar memperhatikan penetapan hukum mana yang akan diterapkan dalam perjanjian, serta tempat hukum mana yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan-perselisihan yang timbul. Pilihan hukum dan pilihan forum biasanya ditetapkan oleh franchisor.

Pengaturan mengenai mekanisme perjanjian yang setidaknya harus dimuat dalam perjanjian waralaba merupakan bentuk pengaturan pelaksanaan mekanisme pengembangan usaha melalui mekanisme waralaba yang dapat memberikan kepastian bagi pengusaha yang akan membuat perjanjian dengan penerima waralaba dalam pengembangan

bisnis usahanya. Mekanisme prosedur perizinan hingga muatan perjanjian yang dapat dilakukan antara franchisor dan franchisee serta penerapan sanksi yang mungkin dikenakan kepada pihak yang melakukan kecurangan dengan itikad tidak baik menjadi bagian dalam muatan peraturan daerah yang dapat memberikan kepastian bagi para pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan dalam mengembangkan usahanya melalui mekanisme waralaba.

## **Mekanisme Perlindungan Waralaba Kuliner Tradisional Menurut Perspektif Hukum Indonesia**

### **A. UPAYA PERLINDUNGAN WARALABA KULINER TRADISIONAL**

Usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang jumlahnya paling banyak diminati oleh para pengusaha khususnya pengusaha dengan skala kecil menengah, selain itu mendirikan usaha kuliner juga tidak membutuhkan modal yang terlalu besar, pengusaha skala rumahan pun (home industry) dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya dalam bidang kuliner hanya dengan memanfaatkan keberadaan ruang dapur yang dimiliki selanjutnya mereka dapat menjalankan usahanya. Selain mudah dijalankan, pangsa pasar usaha kulinerpun menjanjikan karena hampir setiap manusia membutuhkan makanan dan minuman. Usaha dibidang kuliner merupakan bentuk usaha yang dilakukan dengan mengedepankan persoalan citarasa, pada umumnya usaha kuliner dilaksanakan dalam sektor regional dengan menyesuaikan selera dimana usaha kuliner tersebut dilakukan.

Pada umumnya usaha kuliner terbagi dalam dua jenis, yaitu kuliner nusantara dan kuliner asing. Usaha kuliner asing yang berkembang di Indonesia umumnya merupakan jenis franchise/waralaba yang telah memiliki merek dagang terkenal yang telah bersifat internasional<sup>104</sup>, sedangkan usaha kuliner nusantara sebagian besar masih bersifat lokal dengan pengembangan usaha secara konvensional. Kuliner nusantara merupakan kuliner yang berangkat dari resep masakan khas daerah

---

104 H. Moch. Basarah dan H. M. Faiz Mufidin, Op Cit, hlm 43

yang ada di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya kuliner yang berasal dari provinsi Sumatera Selatan. Hasil penelusuran penelitian pada tahun pertama diperoleh data bahwa kuliner Sumatera Selatan yang dijalankan oleh pengusaha di provinsi Sumatera Selatan hanya ada 4 (empat) pengusaha yang melakukan pengembangan usaha dengan menggunakan mekanisme franchise/waralaba, yaitu Pempek Jawara, Pempek Patrol<sup>105</sup>, Pempek Palembang Tjek Entis, dan Pempek 8 Ulu Cik Ning.<sup>106</sup> Kuliner Sumatera Selatan jenis lainnya masih tetap melakukan usaha secara konvensional saja yaitu hanya dengan berdagang membuka rumah makan atau restoran.

Keempat pengusaha kuliner Sumatera Selatan yang telah menjalankan usaha dengan mekanisme waralaba tersebut sama-sama menawarkan kuliner berupa empek-empek yang merupakan makanan terbuat dari bahan dasar tepung tapioka dan daging ikan. Padahal jenis kuliner Sumatera Selatan lainnya masih banyak ragamnya, seperti pindang ikan, sate kukus ikan, kue delapan jam, bolu kojo, kue srikayo pandan, martabak telur kuah kari, dan aneka makanan lainnya. Pemilihan empek-empek yang menjadi terobosan untuk dikembangkan menggunakan mekanisme waralaba, dikarenakan empek-empek merupakan jenis makanan yang sudah familiar diketahui oleh masyarakat luas dan citarasanya mudah diterima atau diadaptasi oleh berbagai kelompok masyarakat Indonesia. Selain itu empek-empek juga menggunakan bahan baku yang mudah ditemukan diseluruh wilayah Indonesia serta pengolahannya pun terbilang mudah.

Kuliner tradisional Sumatera Selatan yang dijalankan oleh pengusaha di wilayah Sumatera Selatan hampir semuanya dilaksanakan dengan mekanisme perdagangan konvensional, yaitu melalui penawaran dengan membuka rumah makan atau restoran yang mereka kelola sendiri atau dikelola bersama-sama kerabat keluarga. Alasan mendasar yang dikemukakan oleh para pengusaha mengapa mereka lebih menyukai menjalankan usaha kuliner secara konvensional karena, usaha kuliner tersebut berkaitan dengan resep rahasia keluarga yang

---

105 "Waralaba di Indonesia", [http://www.waralabaku.com/for\\_alp.php](http://www.waralabaku.com/for_alp.php)

106 [www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html](http://www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html)

menjadi pegangan mereka sebagai ciri khas cita rasa yang disadari sebagai dasar untuk mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Kekhawatiran para pengusaha ini didukung oleh pengalaman pendahulu dan teman-teman disekitar mereka, yang terkadang rahasia resep yang mencirikan masakan andalan mereka dicontoh atau diduplikasi oleh orang lain yang mengambil keuntungan sendiri. Selain itu perjanjian franchise/waralaba yang ditawarkan belum mereka pahami secara cermat, sebagian dari mereka merupakan pengusaha yang menjalankan usaha secara turun temurun yang mewarisi resep keluarga besarnya dan sulit untuk menerima terobosan baru khususnya mekanisme franchise/waralaba yang merupakan mekanisme perdagangan yang diadopsi dari Amerika dan Eropa.

Pengembangan usaha dengan menggunakan mekanisme perjanjian franchise/waralaba diperkenalkan pertama kali di Prancis dengan memberikan istilah *affranchir* yang artinya *to free* (membebaskan),<sup>107</sup> selanjutnya berkembang pesat di Amerika pada tahun 1951 dan masuk serta mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1980-an.<sup>108</sup> Dalam perjanjian franchise/waralaba memberikan keleluasaan pada para pihak yang membuat perjanjian (*franchisor* dan *franchisee*) untuk membuat perikatan yang mengalihkan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki *franchisor* dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan *franchisor* tersebut, dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan atau jasa.<sup>109</sup> Pada perjanjian franchise/waralaba tidak terlepas dari persoalan HAKI yang melekat sehingga harus disusun dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan HAKI, selain peraturan HAKI, peraturan yang berkaitan dengan persoalan persaingan sehat dan anti-monopoli, kesehatan dan permasalahan pangan, serta

---

107 Dov Izraeli, *Franchising and the Total Distribution System*, Longman, London, 1972, hlm 3, dalam literatur H. Moch. Basarah dan H. M. Faiz Mufidin, Op. Cit., hlm 33

108 Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, hlm 123

109 Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang waralaba, Pasal 1.

peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen juga harus menjadi perhatian dalam menjalankan usaha kuliner yang ingin mengembangkan usaha dengan mekanisme waralaba.

Suatu usaha yang ingin dikembangkan melalui mekanisme waralaba, dapat dilakukan apabila memenuhi 6 kriteria sebagai berikut:<sup>110</sup>

1. Memiliki ciri khas usaha;
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
5. Adanya dukungan berkesinambungan, dan;
6. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Selanjutnya pemberi waralaba juga harus membuat Prospektus Penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran yang memuat paling sedikit mengenai:<sup>111</sup>

1. Data identitas Pemberi Waralaba;
2. Legalitas usaha Pemberi Waralaba;
3. Sejarah kegiatan usahanya;
4. Struktur organisasi Pemberi Waralaba;
5. Laporan Keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
6. Jumlah tempat usaha;
7. Daftar Penerima Waralaba;
8. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba

Usaha waralaba yang dikembangkan oleh pengusaha kuliner nusantara di Indonesia dikembangkan atas dasar kepercayaan antara franchisor dengan franchisee, walaupun didasari dengan unsur kepercayaan, bukan hal yang mustahil akan terjadi kecurangan yang

---

110 "Prosedur Hukum untuk Membuka Usaha Waralaba", source: <http://www.reformata.com/0169-prosedur-hukum-untuk-buka-usaha-waralaba.html>

111 Ibid

berujung pada perselisihan. Upaya untuk meminimalisir perselisihan antara franchisor dan franchisee dilakukan dengan memperjelas item-item yang diperjanjikan dalam kesepakatan kontrak antar mereka. Adapun ruang lingkup perjanjian franchise/waralaba yang harus menjadi perhatian para pihak (franchisor dan franchisee) untuk benar-benar disepakati dan dipertimbangkan penerapannya, adalah sebagai berikut:<sup>112</sup>

1. Nama dan jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, antara lain:
  - a. Nama dagang dan/atau merek dagang  
Nama dagang dan/atau merek dagang merupakan hal utama dan pertama yang harus benar-benar diperhatikan dalam perjanjian, karena didalamnya ada kaitan Hak Atas Kekayaan Intelektual yang harus dipertanggungjawabkan dan dilindungi keberadaannya oleh Undang-undang. Hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan nama dagang dan/atau merek dagang yang menyangkut batas-batas hak-hak dan kewajiban para pihak, mulai dari persoalan:
    - 1) Keabsahan kepemilikan nama dan/atau merek dagang yang harus menjadi jaminan dari franchisor, sehingga apabila ada klaim yang mengatasnamakan pemilik asli nama dan/atau merek dagang yang sama, maka franchisor berkewajiban untuk menyelesaikan persoalan tersebut dan menanggung tuntutan-tuntutan yang mungkin timbul atas klaim tersebut;
    - 2) Penentuan wilayah penggunaan nama dan/atau merek dagang serta hak eksklusif pemakaian nama dan merek dagang kepada franchisee di wilayah yang telah ditentukan tersebut, hal ini berkaitan dengan persoalan

---

112 Hasil rangkuman wawancara dengan Bapak Afghanis, Bidang Industri Kecil Menengah di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang, Jalan Merdeka Kota Palembang, Kamis, 12 Juni 2014, Pukul 14.10 s/d 15.40 WIB



kelanjutan pengembangan usaha yang akan dijalani. Penentuan wilayah penggunaan nama dan/atau merek dagang ini berkaitan dengan persoalan persaingan dengan nama/atau merek dagang usaha sejenis lainnya untuk memetakan persaingan dagang yang sehat yang arahnya pengembangan usaha dan keuntungan.

- 3) Izin bagi franchisee untuk menggunakan nama dagang dan/atau merek dagang dengan mensubfranchisekan kepada pihak ketiga dalam upaya mengoptimalkan usaha guna pengembangan dan perolehan keuntungan dagang. Rincian perizinan ini harus benar-benar dijabarkan dan diatur secara jelas mulai dari hak pengalihannya, tata cara pengalihannya, hingga persoalan pertanggungjawaban para pihak atas pengalihannya, termasuk penyisihan dana untuk penyelesaian sengketa yang mungkin terjadi atas pengalihan nama dan/atau merek dagang dari gangguan pihak ketiga yang merugikan.

b. **Rahasia Dagang (Trade Secret)**

Persoalan rahasia dagang menjadi kunci dalam bisnis waralaba kuliner, hal yang harus diperhatikan oleh franchisor adalah batasan pemberian rahasia dagang. Pada saat menyusun perjanjian franchise/waralaba harus benar-benar menjabarkan hak-hak dan kewajiban dalam hal mengetahui dan mempergunakan rahasia dagang tersebut, memberikan batasan kepada franchisee untuk tidak membongkar rahasia dagang kepada pihak ketiga serta menentukan lebih lanjut unsur manajemen atau tata pamong perusahaan dari franchisee yang boleh atau tidak boleh mengetahui rahasia dagang tersebut, termasuk pengaturan masalah sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran. Dasar pemikiran untuk perlindungan informasi rahasia dagang adalah untuk menjamin pihak yang melakukan investasi untuk mengembangkan konsep, ide dan informasi yang bernilai komersial dapat bermanfaat dari investasi itu dengan memperoleh hak eksklusif untuk menggunakannya atau

mengungkapkannya tanpa izin.<sup>113</sup> Lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi produksi, metode pengelolaan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.<sup>114</sup>

c. Hak Cipta

Hak cipta dapat dimungkinkan menjadi objek perjanjian dalam franchise/waralaba, hak cipta yang dimaksud dapat berupa hal-hal yang berkaitan dengan ciptaan-ciptaan video training, software komputer, manual operation, serta bentuk-bentuk publikasi lain dari franchisor yang diserahkan kepada franchisee. Pada kasus pelaksanaan franchise atau waralaba kuliner tradisional hak cipta tidak dipergunakan.

2. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba (franchisee). Perincian persoalan hak-hak dan kewajiban para pihak harus jelas dan terperinci dijabarkan pada perjanjian franchise/waralaba, termasuk persoalan bantuan teknis operasional, mulai dari bantuan yang diberikan pada saat persiapan pelaksanaan usaha franchisee hingga bantuan selama hubungan hukum berlangsung antar para pihak, termasuk persoalan evaluasi pelaksanaan dan pemasaran usaha yang dijalankan.
3. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian. Persoalan jangka waktu perjanjian franchise/waralaba harus benar-benar ditetapkan oleh franchisor dengan mempertimbangkan kesiapan dari franchisee, pada umumnya jangka waktu yang sering dipergunakan oleh para pihak antara 5, 10, atau 15 tahun. Penentuan jangka waktu itu diserahkan pada franchisor sebagai pemilik hak, tetapi pada

---

113 H. OK. Sadikin., Op.Cit. hlm 453.

114 Ibid, hlm 462

umumnya franchisee lebih menyukai jangka waktu yang panjang karena akan memberikan ruang bagi franchisee untuk beradaptasi dalam menjalankan usahanya dengan control dan bantuan manajemen, pengawasan yang dapat memberikan keleluasaan keuntungan sebagai keseimbangan dari kerugian-kerugian yang mungkin terjadi ditahun-tahun pertama usaha.

4. Cara penyelesaian perselisihan;  
Ketika franchisor dan franchisee sepakat melakukan kerjasama pada umumnya dimulai dengan suatu keharmonisan, tetapi bukan suatu hal yang mustahil kelak pada saat perjalanan kerjasama tersebut timbul persoalan-persoalan yang dapat menyebabkan konflik. Upaya untuk mengantisipasi hal tersebut salah satunya adalah dengan penentuan pilihan hukum, mulai dari jalur litigasi atau non-litigasi hingga mekanisme dan aturan hukum mana yang akan digunakan dalam penyelesaian sengketa.<sup>115</sup>
5. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian, penjabaran mengenai hal ini harus dilakukan secara jelas, termasuk batasan-batasan atau kategori-kategori yang dapat menyebabkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian termasuk mekanisme atau prosedur pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian dan persyaratan yang harus dipenuhi, serta persoalan ganti-rugi yang harus dipenuhi apabila terjadi pemutusan perjanjian;

Sesungguhnya pada saat membuat perjanjian kedudukan para pihak diupayakan agar seimbang dan jangan terlalu didominasi oleh salah satu pihak saja. Namun dari beberapa point perjanjian yang disusun minimal 5 (lima) point utama yang dijabarkan di atas harus mampu dijabarkan secara jelas agar persoalan-persoalan sensitif yang

---

115 Sudargo Gautama, *Hukum Perdata dan Dagang Internasional*, Alumni: Bandung, 1982, hlm 207-208.

dapat memicu pertikaian atau sengketa dapat dihindari. Persoalan kontrak ini merupakan hal utama yang harus dipegang oleh para pihak yang melakukan perikatan berdasarkan kacamata hukum perdata yang mengedepankan bukti hitam di atas putih (bukti tertulis).

Setelah kesepakatan perjanjian franchisor dan franchisee terbentuk, langkah selanjutnya adalah memperoleh izin usaha. Izin usaha ini lah yang paling banyak dikeluhkan oleh para pengusaha kuliner tradisional berdasarkan data hasil survey tahun sebelumnya.<sup>116</sup> Perizinan yang diperlukan oleh pengusaha mulai dari izin usaha perdagangan, izin tempat usaha, pendaftaran merek, hingga izin pendirian waralaba/franchise.

Menurut hukum di Indonesia masalah prosedur perizinan bidang usaha waralaba/franchise ini tunduk pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba tanggal 29 Maret 2006.

Berdasarkan aturan tersebut Pemberi Waralaba (franchisor) dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di negara asalnya dan diketahui oleh Pejabat Perwakilan Republik Indonesia setempat. Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki SIUP dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.<sup>117</sup> Perizinan ini dimintakan pada departemen perindustrian dan perdagangan atau instansi terkait lainnya, Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk dapat memberikan saran penyempurnaan atas Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau antara Penerima

---

116 Hasil pengolahan data primer dari 100 responden pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan di Kota Palembang, Tabel 13, dalam Putu Samawati dkk, laporan tahunan Penelitian Hibah Bersaing tentang "Perlindungan Hukum terhadap Kuliner Berciri Kekhasan Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba", 2013, hlm 54

117 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan *Log Cit.* Pasai 9

Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan untuk melindungi kepentingan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan keikutsertaan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau sebagai pemasok barang atau jasa.<sup>118</sup>

Setiap Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan wajib mendaftarkan Perjanjian Waralabanya beserta keterangan tertulis kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan cq. Pejabat yang berwenang menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (selanjutnya disingkat STPUW)<sup>119</sup> untuk memperoleh STPUW Pendaftaran sebagaimana dimaksud diatas dilakukan dengan cara mengisi Daftar Isian Permintaan STPUW dan dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya Perjanjian Waralaba.

Bentuk Daftar Isian Permintaan STPUW dibuat dalam rangkap 2 (dua), ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya. Daftar Isian Permintaan STPUW dapat diminta secara cuma-cuma di Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri atau di Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.<sup>120</sup> Daftar Isian Permintaan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya, diserahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW dengan dilengkapi foto-copy masing-masing 1 (satu) eksemplar terdiri dari:<sup>121</sup>

1. Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis;
2. Surat Izin Usaha Perdagangan dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.

---

118 *Ibid* Pasal 10

119 STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh penerima waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam keputusan menteri perindustrian dan perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

120 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan *Log Cit.* pasal 11

121 *Ibid* pasal 12 ayat (1)

Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai telah lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW, menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW.<sup>122</sup> Tetapi dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai belum lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW menolak permintaan penerbitan STPUW disertai dengan alasan-alasan penolakan.<sup>123</sup>

Bagi pemohon yang ditolak setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Keputusan menteri perindustrian dan perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, dapat mengajukan kembali permintaan STPUW.<sup>124</sup> Masa berlaku STPUW sesuai dengan masa berlaku perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba atau perjanjian antara Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan.<sup>125</sup>

Apabila Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Pemberi Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (Clean Break). Apabila Penerima Waralaba Utama memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan

---

122 *Ibid* pasal 12 ayat (2)

123 *Ibid* pasal 12 ayat (3)

124 *Ibid* pasal 12 ayat (4)

125 *Ibid* pasal 13

yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama.<sup>126</sup>

Kewenangan pemberian STPUW dilimpahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW sebagai berikut:

- a. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba luar negeri diterbitkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan formulir khusus yang telah ditetapkan.
- b. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Waralaba Dalam Negeri dan Luar Negeri adalah Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat dengan menggunakan formulir khusus yang juga telah ditetapkan.

Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan Perjanjian Waralaba<sup>127</sup>. Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan atau pemasok dalam rangka penyediaan dan atau pengadaan barang dan atau jasa. Dalam hal Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/ Penerima Waralaba Lanjutan wajib mengutamakan kerjasama dan atau pasokan barang dan atau jasa dari pengusaha kecil dan menengah.<sup>128</sup>

Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi, dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu oleh Menteri perindustrian dan perdagangan. Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II ditetapkan oleh Menteri perindustrian dan perdagangan secara

---

126 *Ibid* pasal 14

127 *Ibid* pasal 16

128 *Ibid* pasal 17

bertahap dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi yang berada di Pasar Tradisional dan di luar Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sepanjang berada di Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk<sup>129</sup>.

Pemberi Waralaba dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut. Penerima Waralaba Utama dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba Lanjutan di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut. Apabila di suatu lokasi yang berdekatan sudah ada usaha Waralaba yang dilakukan oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan, maka di lokasi tersebut dilarang didirikan usaha yang merupakan cabang dari Pemberi Waralaba yang bersangkutan dengan merek yang sama kecuali untuk barang dan atau jasa yang berbeda.<sup>130</sup>

Sebagai pengecualian untuk kegiatan usaha Waralaba yang memperdagangkan khusus barang/makanan/minuman dan jasa

---

129 *Ibid* pasal 18

130 *Ibid* pasal 19



tradisional khas Indonesia dapat diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia oleh usaha kecil dan menengah dan atau mengikutsertakan usaha kecil dan menengah.<sup>131</sup> Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha Waralaba secara periodik setiap 6 (enam) bulan yaitu selambat-lambatnya setiap tanggal 31 Juli dan 31 Januari dengan menggunakan formulir khusus yang ditetapkan oleh menteri perindustrian dan perdagangan, kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.<sup>132</sup> Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk dilakukan penyesuaian STPUW-nya terhadap setiap perubahan perjanjian yang berupa:<sup>133</sup>

- a. Perluasan/penambahan/memperkecil kegiatan Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;
- b. Pengalihan pemilikan usaha;
- c. Pemindahan alamat tempat usaha waralaba atau Kantor Pusat;
- d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;
- e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW diberikan peringatan tertulis apabila:<sup>134</sup>

1. tidak melaksanakan kewajiban pelaporan STPUW seperti yang dijabarkan diatas;
2. tidak memenuhi kewajiban pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. adanya laporan atau pengaduan dari pejabat yang berwenang atau pemegang Hak Atas Kekayaan intelektual bahwa

---

131 *Ibid* pasal 20

132 *Ibid* pasal 21 ayat (1)

133 *Ibid* pasal 21 ayat (3)

134 *Ibid* pasal 22 ayat (1)

pemberi atau penerima waralaba melakukan pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual seperti antara lain Hak Cipta, Paten atau Merek.

STPUW dapat dibekukan apabila Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan:<sup>135</sup>

- a. telah mendapat peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan, yang bersangkutan tidak melaksanakan kewajibannya;
- b. sedang diperiksa di sidang pengadilan karena didakwa melakukan tindak pidana ekonomi atau perbuatan lain yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, atau melakukan pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual.

Pembekuan STPUW tersebut berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak 1 (satu) bulan setelah tanggal dikeluarkannya peringatan tertulis yang ketiga.

Pembekuan STPUW berlaku sampai dengan dikeluarkannya Keputusan Badan Peradilan yang berkekuatan hukum tetap. STPUW yang dibekukan dapat dicairkan kembali apabila:<sup>136</sup>

- a. STPUW yang diperoleh berdasarkan keterangan/data yang tidak benar atau palsu;
- b. selama 6 (enam) bulan dalam masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan telah melakukan perbaikan atau telah melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan dan telah melaksanakan kewajiban Pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- c. dinyatakan tidak terbukti melakukan tindak pidana ekonomi atau pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual sesuai Keputusan Badan Peradilan yang telah berkekuatan hukum tetap.

---

135 *Ibid* pasal 22 ayat (2)

136 *Ibid* pasal 22 ayat (5)

STPUW dapat dicabut apabila:<sup>137</sup>

1. selama 6 (enam) bulan masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan ketentuan;
2. telah dijatuhi hukuman oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Peringatan tertulis, pembekuan dan pencabutan STPUW dilakukan oleh pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.<sup>138</sup>

Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah dicabut STPUW-nya dan tetap melaksanakan kegiatan usaha waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang tidak mendaftarkan akta perjanjian beserta keterangan tertulis dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya dan telah diberi peringatan tertulis sebanyak tiga kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>139</sup>

Penyederhanaan birokrasi dengan memberikan kemudahan mulai dari sosialisasi hingga bantuan berupa insentif bagi pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya melalui mekanisme waralaba merupakan salah satu wujud pelaksanaan dari peran serta pemerintah dalam memberikan bantuan dan perlindungan bagi berkembangnya usaha waralaba. Hal utama dan pertama yang harus dilakukan pemerintah provinsi Sumatera Selatan adalah melakukan kerjasama dengan asosiasi pengusaha dan pihak akademisi untuk bersama-sama menetapkan suatu arahan dan modul yang berisi rencana aksi untuk melakukan sosialisasi tentang pengembangan bisnis kuliner tradisional melalui mekanisme waralaba. Sosialisasi ini harus dilakukan dengan mekanisme terarah dan sistematis dengan sasaran subjek yang tepat.

---

137 *Ibid* pasal 22 ayat (6)

138 *Ibid* pasal 22 ayat (7)

139 *Ibid* Pasal 23

Setelah melakukan sosialisasi kepada pengusaha yang menjadi target, selanjutnya dilakukan pemantauan terhadap realisasi pengembangan usaha melalui waralaba ini dengan mengakomodasi keluhan-keluhan atau kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan, hal ini diperlukan karena persoalan baru akan timbul setelah konsep diimplementasikan/diterapkan pelaksanaannya di lapangan. Pemerintah melalui pihak terkait misalnya dinas perindustrian dan perdagangan membantu mencari solusi dengan melakukan koordinasi atau kerjasama pada pemerintahan provinsi Sumatera Selatan. Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah membantu para pengusaha kuliner tradisional khususnya yang memiliki keterbatasan modal agar diberikan bantuan kemudahan peminjaman modal atau bahkan diberi insentif agar mereka terangsang untuk memajukan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan. Masalah penertiban pungutan liar juga harus diatur secara seksama dengan melakukan kerjasama pengawasan pada pihak terkait. Apabila terdapat oknum-oknum yang masih melakukan pungutan liar maka oknum tersebut dapat diproses melalui jalur hukum. Berbagai wacana yang dikemukakan merupakan bentuk tawaran yang diberikan kepada pemerintah provinsi Sumatera Selatan untuk memikirkan dan mengambil langkah-langkah konkrit dalam bertindak demi peningkatan taraf kesejahteraan wilayah dan kesejahteraan masyarakatnya.

## **B. GAGASAN PERLINDUNGAN HUKUM PERKEMBANGAN BISNIS WARALABA KULINER TRADISIONAL MELALUI PERATURAN DAERAH**

Pemikiran tentang perlunya disusun dan diberlakukan Peraturan Daerah yang memberikan perlindungan terhadap penyelenggaraan usaha kuliner tradisional melalui pengembahangan usaha dengan menggunakan mekanisme bisnis waralaba ini didasari oleh beberapa pandangan atau pemikiran dasar. Salah satunya adalah pemikiran dasar filosofis, yang merupakan pandangan hidup bangsa Indonesia dalam berbangsa dan bernegara, yaitu Pancasila. Penjabaran nilai-nilai Pancasila di dalam hukum mencerminkan suatu keadilan, ketertiban, dan kesejahteraan yang diinginkan oleh masyarakat Indonesia.

Rumusan Pancasila terdapat di dalam Pembukaan (preamble) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945), yang terdiri dari empat alinea. Alinea ke-empat memuat rumusan tujuan negara dan dasar negara. Dasar negara adalah Pancasila sedangkan keempat pokok pikiran di dalam Pembukaan UUD 1945 pada dasarnya untuk mewujudkan cita hukum (*rechtsides*) yang menguasai hukum dasar negara baik yang tertulis maupun tidak tertulis.

Batang tubuh UUD 1945 mengatur pokok-pokok pikiran tersebut dalam pasal-pasal, dengan kata lain batang tubuh atau pasal-pasal di dalam UUD 1945 merupakan perwujudan cita hukum. Pancasila sebagai norma filosofis negara sebagai sumber cita hukum yang terumuskan lebih lanjut dalam tata hukum atau hierarki peraturan perundang-undangan merupakan kaidah dasar fundamental negara. Tujuan negara adalah memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial yang tentunya mengarah pada konsep Negara kesejahteraan (*welfare state*). Perlindungan Negara diberikan sesuai dengan sila kedua yang menyatakan kemanusiaan yang adil dan beradab. Pemerintah harus dapat berlaku adil terhadap semua rakyatnya, penarikan asas ini terletak pada memberikan kesempatan yang sama kepada pengusaha kuliner tradisional untuk dapat mengembangkan usahanya melalui mekanisme waralaba dan tegas bertindak terhadap pihak-pihak yang menghambat atau mempersulit. Harapan kedepan kuliner tradisional dapat bersaing dengan kuliner asing mancanegara. Arah kebijakannya adalah untuk peningkatan kesejahteraan bersama demi martabat bangsa yang beradab dalam pandangan dunia internasional.

Kaitan kemudian tertuang dalam pasal 33 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia, yang menyatakan bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan. Walaupun model pengembangan bisnis melalui mekanisme waralaba adalah model bisnis yang diadopsi dari Negara asing, tetapi pelaksanaannya dapat dengan mengedepankan asas kekeluargaan, asas kekeluargaan disini adalah keikutsertaan pemerintah baik dalam memberikan perlindungan yang tertuang dalam aturan hukum hingga bantuan kemudahan sarana prasarana kemudahan birokrasi dan pemangkas

pungutan liar yang tidak bertanggung jawab. Bentuk kekeluargaan yang berupa keikutsertaan dalam mengelola dan mengembangkan usaha kuliner tradisional Sumatera Selatan dilakukan pemerintah dengan berkolaborasi melalui kerjasama kemitraan dengan asosiasi pengusaha, ikatan-ikatan atau lembaga-lembaga perkumpulan usaha dan pendidikan kuliner, pihak akademisi, dan aparaturnya penegak hukum. Setelah berangkat dari UUD RI landasan filosofis selanjutnya dikaitkan dengan beberapa peraturan hukum yang terkait dengan bisnis waralaba ini, hal ini perlu dikaji agar tidak terdapat aturan yang saling tumpang tindih atau malahan bertentangan satu dengan yang lainnya. Pengerucutan selanjutnya adalah ke Peraturan Pemerintah dan terus mengerucut pada Peraturan Daerah.

Keberadaan suatu Peraturan Daerah dalam tata hukum nasional sebagai norma yang menjabarkan Pancasila, UUD 1945, dan Undang-undang sehingga adanya nilai filosofis di dalam Peraturan daerah adalah sebuah kemutlakan. Sila kedua dari Pancasila adalah Kemanusiaan yang Adil dan Beradab yang secara filosofis mencerminkan bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia menjamin terciptanya keadilan bagi seluruh rakyatnya serta ketertiban dalam kehidupan bernegara sehingga dapat menciptakan kehidupan yang beradab. Suatu kebijakan yang dapat diperkirakan secara objektif akan memperlebar kesenjangan ekonomi antar rakyat Indonesia, strategi dan kebijakan pemerintah hendaknya secara proporsional mengarah pada upaya-upaya untuk mengatasi masalah-masalah ketidakadilan sosial, sehingga strategi pembangunan yang tercipta tidak hanya mengandung hak bagi para pihak, terdapat juga nilai demokratis, dan tidak kalah pentingnya mengandung elemen tanggungjawab,<sup>140</sup> yang arahnya akan menciptakan masyarakat yang beradab.

---

140 Hermanto Siregar dan Yulia Fitriani, "Pancasila dan Problem Keadilan Sosial Ekonomi di Indonesia" dalam Restorasi Pancasila: Mendamaikan Politik Identitas dan Modernitas, Brighten Press: Bogor, Agustus 2006, hlm 258-259

Manusia dikatakan beradab apabila hati nuraninya positif, yang ditentukan oleh kemampuannya untuk mawas diri yang akan tampak pada sikap tindaknya, yaitu apabila yang bersangkutan beriktiraf hidup sebagai berikut:<sup>141</sup>

1. Lobis, yaitu dapat membuktikan yang benar dan yang salah;
2. Etis, yaitu bersikap tindak berpatokan, sehingga tidak asal saja atau sembrono, tolok ukur kehidupan berpatokan adalah: tidak serakah, mampu berkedudukan akan tetapi juga tidak berlebihan, lugas dalam artian tidak bertele-tele.
3. Estetis, yaitu mencari yang enak tanpa menyebabkan penderitaan pada orang lain.

Dalam bidang hukum, keadilan menjadi tugas atau merupakan kegunaan hukum, yaitu hasil penyerasian antara kepastian hukum dengan kesebandingan hukum. Idealnya kepastian hukum merupakan pencerminan asas *Neminem Laedere* sedangkan kesebandingan hukum merupakan pencerminan asas *suum cuique tribuere*; dan tidak akan ada persoalan selama kepastian dan kesebandingan hukum masing-masing merupakan pencerminan kedua asas yang menjadi kutub citra keadilan tersebut merupakan inti penegakan hukum. Penegasan ini menyatakan bahwa hukum lah yang akan dapat menciptakan keadilan.<sup>142</sup>

Kehidupan yang adil dan beradab akan tercipta apabila kedisiplinan dalam hukum kemasyarakatan dipatuhi oleh setiap individu sehingga terciptalah keharmonisan dalam hubungan antara sesama manusia. Upaya dalam menciptakan keharmonisan di dalam lingkungan masyarakat khususnya dalam masyarakat wilayah setempat dilakukan dengan menjamin kepastian terhadap penyelenggaraan perlindungan usaha kuliner berciri kekhasan wilayah setempat untuk berkembang dengan mekanisme waralaba. Upaya perlindungan ini akan

---

141 Franz Magnis Suseno, *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, Kanisius: Yogyakarta, 1987, hlm 133-135.

142 Otje Salmندان Susanto, *Teori Hukum*, Rafika Aditama: Bandung, 2004, hlm 57

memberikan rasa aman bagi pengusaha dalam menjalankan usahanya, juga rasa aman bagi masyarakat selaku konsumen dari kekhawatiran perbuatan curang pelaku usaha yang dapat mengancam kesehatan hidup mereka, selain itu juga memberikan manfaat bagi pemerintah daerah dalam hal promosi daerah yang akan menambah pendapatan daerah serta secara administrasi akan menciptakan ketertiban bagi perkembangan usaha di wilayah hukum daerah tersebut. Peraturan mengenai waralaba memang tidak disusun dalam Undang-undang tersendiri tetapi dia terdapat di dalam Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah yang dipertegas dalam pasal 26.

Pengaturan masalah bisnis dengan mekanisme Waralaba secara nasional dengan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tanggal 23 Juli 2007 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Makanan dan Minuman. Kewenangan perlindungan kegiatan usaha waralaba yang bersifat kedaerahan sudah seharusnya dilindungi oleh pemerintah daerah sesuai dengan apa yang diamanatkan oleh Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 18, yang dikukuhkan oleh Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 tentang Pemerintahan Daerah. Segala bentuk peraturan ini merupakan upaya untuk menjamin terlindunginya hak-hak pelaku usaha dan konsumen dan pengenaan sanksi bagi pelanggar peraturan tersebut dapat menciptakan masyarakat adil dan beradab mengarah kepada masyarakat yang sejahtera dapat terwujud dalam bentuk penciptaan konsep Negara sejahtera (Welfare State) secara keseluruhan.

Teori Perlindungan Hukum merupakan teori yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat yang berkaitan dengan



kepentingan manusia dan dilindungi oleh Negara sebagaimana yang diungkapkan oleh Roscou Pound bahwa kepentingan manusia yang dilindungi oleh hukum terbagi dalam tiga macam yaitu kepentingan umum, kepentingan masyarakat dan kepentingan individu.<sup>143</sup> Perlindungan kepentingan dalam hal pengembangan usaha kuliner tradisional yang menggunakan mekanisme waralaba berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan kepentingan individu. Pada kepentingan masyarakat hal ini berkaitan dengan perlindungan akan keselamatan umum berupa keamanan, kesehatan, dan jaminan bagi transaksi-transaksi jual beli bagi konsumen selaku masyarakat umum. Selain itu juga berkaitan dengan kepentingan masyarakat dalam kemajuan umum yang berupa perlindungan terhadap hak milik, perdagangan bebas dan monopoli, kemerdekaan industry, penemuan baru bagi para pengusaha sebagai bagian dari pelaku usaha. Perlindungan akan kepentingan individu berkaitan dengan persoalan harta dan keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha, serta perlindungan dari kemerdekaan industry dan kontrak bisnis yang disepakati antara mereka.<sup>144</sup>

Usaha kuliner berciri kekhasan tradisional/lokal pada umumnya dilakukan oleh pengusaha secara pribadi dengan mengutamakan sistem penguasaan dan pengembangan secara pribadi dan kekeluargaan. Kondisi ini mengakibatkan usaha kuliner tersebut tidak dapat berkembang luas. Persoalan mendasar bagi para pengusaha kuliner tradisional berkaitan dengan masalah kepercayaan yang berkaitan dengan rahasia dagang khususnya masalah resep dan teknik pengolahan kuliner tersebut, para pemilik resep awal khawatir apabila usaha mereka dikembangkan oleh orang lain yang bukan keluarga akan disalahgunakan atau bahkan akan merusak citra usaha mereka atau malahan akan memperoleh keuntungan sendiri secara diam-diam, walaupun sudah ada peraturan yang melindungi hak-hak pengusaha

---

143 H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2013, hlm 266-267

144 Ibid, hlm 268

atas HaKI yang dimilikinya dalam usahanya tetapi aturan hukum yang ada dianggap mereka sebagai aturan saja dan tidak efektif dalam hal implementasinya, tetap saja yang akan dimenangkan adalah orang-orang yang punya pengaruh berupa kedekatan dengan pemerintah, aparat hukum, dan dana yang besar apabila ada sengketa kelak.<sup>145</sup>

Pernyataan Bambang Tjatur Iswanto juga memperkuat pendapat para pengusaha kuliner tradisional tersebut, menyatakan bahwa bentuk perjanjian dan pelaksanaan perjanjian franchise (waralaba) belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum bagi franchisee, salah satu kendalanya adalah belum adanya campur tangan Negara terhadap pengaturan bisnis waralaba di Indonesia yang dapat ditempuh melalui pembentukan peraturan baik yang secara langsung maupun tidak langsung tentang waralaba dan menciptakan hubungan kemitraan. Peraturan yang ada tidak mengakomodasi secara responsif kepentingan antara franchisee dan franchisor khususnya pembentukan lembaga di daerah yang secara khusus membantu pengembangan dan perlindungan usaha waralaba, terutama yang berkaitan dengan penyelesaian sengketa antar mereka.<sup>146</sup>

Masyarakat selaku konsumen juga akan merasakan manfaat dari pengaturan yang memberikan perlindungan bagi penyelenggaraan perlindungan bagi pengembangan usaha kuliner berciri kekhasan masakan tradisional/lokal yang lebih rinci dalam hal tata laksana usaha, penciptaan suasana berusaha yang sehat tanpa monopoli, penghindaran perbuatan curang oleh pelaku usaha, yang arah tujuannya memberikan jaminan terhadap mutu produksi dan distribusi pelayanan yang maksimal, yang secara tidak langsung akan berdampak pada jaminan kesehatan konsumen selaku masyarakat atas konsumsi kuliner yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Pola kehidupan masyarakat modern yang menginginkan kepraktisan tetapi tidak mengem-  
-

---

145 Penelitian tahun pertama 2013, yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner dan wawancara kepada 100 Pengusaha Kuliner tradisional Sumatera Selatan yang melakukan kegiatan bisnisnya di Kota Palembang.

146 Tesis Bambang Tjatur Iswanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee dalam Perjanjian Franchise di Indonesia", Program Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2007.

pingkan budaya hidup sehat dapat terlindungi oleh adanya peraturan pemerintah daerah yang menjamin hal tersebut dan akan menindak tegas bagi pelaku usaha yang melanggar atau berbuat curang sehingga dapat membahayakan kehidupan dan kesehatan konsumen sebagai bagian dari masyarakat. Hal yang terpenting harus dimuat dalam Peraturan Daerah tersebut adalah masalah pembatasan perkembangan kuliner asing dengan menggunakan presentase atau perbandingan dalam membuka usaha kuliner asing dengan perbandingan yang lebih banyak atas izin membuka usaha kuliner tradisional/local Indonesia.

Terwujudnya masyarakat madani yang sejahtera lahir batin dan hidup dalam lingkungan aman serta saling menghormati dan menghargai satu sama lain merupakan gambaran cita-cita yang ingin dicapai dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Segenap masyarakat mengharapkan hal tersebut dapat terwujud bukan hanya sebatas simbolisasi saja, kenyataan ini mendorong masyarakat bersamasama untuk bersinergi membangun daerah dengan menciptakan suasana menuju masyarakat internasional, bayangkan saja lewat makanan tradisional suatu daerah dapat dikenal secara internasional dan secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian dan peradaban masyarakat secara umum dengan dimulai dari kemandirian para pengusaha kuliner tradisional lokal yang berkembang dan membantu masyarakat disekitar lingkungannya.<sup>147</sup> Kenyataan di lapangan upaya mewujudkan cita-cita tersebut akan terganjal dengan persoalan-persoalan penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha selaku mahluk sosial yang saling berhubungan dan bergantung satu sama lain, belum lagi ditambah dengan perlakuan diskriminasi yang diberlakukan pada sekelompok orang tertentu.<sup>148</sup> Dalam kehidupan sosial dikenal teori anomaly yang berhubungan satu sama lain tetapi selalu berbanding terbalik, sebagai contoh semakin banyak terjadi pelanggaran maka akan semakin

---

147 Pendapat dari perwakilan pengusaha kuliner tradisional Sumatera Selatan dalam Forum Focus Group Discussion, diselenggarakan hari sabtu, tanggal 6 September 2014, bertempat di Ruang A Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

148 Ibid

kecil ketertiban di masyarakat tercipta, begitu juga sebaliknya jika pelanggaran semakin berkurang, maka akan semakin besar ketertiban tercipta di masyarakat. Ketertiban akan dapat tercipta apabila ada sinergi antara implementasi peraturan perundang-undangan secara tegas dan aparaturnya yang tidak mengenal korupsi, kolusi, dan nepotisme, tujuan akhirnya tercipta keharmonisan dalam masyarakat yang mengarah pada kesejahteraan hidup.

Kajian selanjutnya adalah kajian tentang dasar yuridis pentingnya diterbitkannya peraturan daerah tentang penyelenggaraan perlindungan hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan makanan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba didasari oleh Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa pemerintah daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan. Pernyataan tersebut memberikan peluang kepada pemerintah daerah melakukan berbagai pengaturan dalam beberapa aspek kehidupan yang memang diberikan mandat oleh pemerintah pusat melalui asas desentralisasi. Pertimbangan mendasar yang harus diperhatikan oleh pemerintah daerah dalam menetapkan jaminan Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba digunakan kriteria sebagai berikut:<sup>149</sup>

1. Penyelenggaraan Perlindungan Hukum Terhadap pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba tersebut benar-benar termasuk urusan pemerintahan yang diserahkan kepada daerah dalam rangka asas desentralisasi.
2. Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba tersebut benar-benar diperlukan guna melindungi kepentingan umum dan menjaga ketertiban bermasyarakat serta jaminan perlindungan hak-hak bagi para pihak yang terlibat di dalamnya.

---

149 Darwin, *Op. Cit.*, hlm. 176.

3. Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/ lokal melalui mekanisme waralaba tidak bertentangan atau tumpang tindih dengan Penyelenggaraan Perlindungan Hukum Terhadap usaha waralaba yang diselenggarakan oleh tingkat pemerintahan yang lebih tinggi.
4. Biaya yang menjadi beban daerah dalam menyelenggarakan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba tersebut cukup besar sehingga layak dibiayai sebagian atau seluruhnya.

Berdasarkan pasal 18 ayat (6) UUD 1945 pelaksanaan pembentukan peraturan daerah juga didukung oleh Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah dalam menyelenggarakan pembangunan dan pemerintahannya sendiri melalui mekanisme otonomi daerah. Landasan yuridis pendukung lahirnya Peraturan Daerah tentang penyelenggaraan perlindungan hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba ini adalah dengan telah diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tanggal 23 Juli 2007 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Makanan dan Minuman.

Hal yang tidak kalah pentingnya adalah penjabaran berdasarkan psikopolitik masyarakat setempat. Psikopolitik adalah suatu

kondisi nyata di dalam masyarakat tentang tingkat penerimaan (*acceptance*) atau tingkat penolakan (*resistance*) terhadap suatu peraturan perundang-undangan apabila telah memenuhi kebutuhan hukum masyarakat yang dalam pembuatannya atau penyusunannya turut mengikutsertakan partisipasi dan pendapat serta pandangan masyarakat. Keikutsertaan masyarakat dalam pembuatan produk hukum akan membangun akseptan dan mereduksi serendah mungkin tingkat resistensinya sehingga akan menjadi peraturan perundang-undangan yang ideal apabila keikutsertaan masyarakat dalam proses pembentukannya menjadi faktor penyeimbang dengan komponen pembuat hukum lainnya.

Resistensi terhadap penataan hukum mengenai Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usahakuliner berciri kekhasan Sumatera Selatan melalui mekanisme waralaba tidak diharapkan dari kalangan akademisi, pengusaha dan LSM pemerhati perlindungan konsumen. Namun demikian, upaya mereduksi resistensi tersebut perlu dilakukan dengan melibatkan masyarakat Provinsi setempat, mulai dari perangkat aparaturnya paling rendah setingkat RT, Kepala Dusun, Kepala Desa, Camat, Kepolisian dan aparat penegak hukum lainnya, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan, pengusaha lokal, badan POM, akademisi, serta instansi lain yang terkait. Proses pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Perlindungan Hukum Terhadap Perkembangan Kuliner Tradisional melalui mekanisme waralaba berguna untuk menghindari anggapan bahwa rezim hukum sistem Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba akan menimbulkan persoalan baru dalam budaya sosial masyarakat yang menyimpang dari kebiasaan lama yang telah terpelihara. Hal tersebut perlu diakomodasi di dalam peraturan daerah ini sebagai jaminan pembuktian mengenai adanya kepastian hukum bahwa sistem pengaturan Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba efektif bekerja dan tidak menimbulkan kerugian baru bagi system kekerabatan dalam kehidupan sosial budaya masyarakat setempat.

Dengan demikian dalam konteks menghadapi kemungkinan resistensi masyarakat terhadap Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Perlindungan Hukum bagi pengembangan usaha kuliner yang berciri kekhasan masakan tradisional/lokal melalui mekanisme waralaba, perlu adanya gerakan sosialisasi yang terus menerus disemua lapisan masyarakat, agar masyarakat dapat memahami urgensi penjaminan terselenggaranya pelayanan dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Sosialisasi yang tidak kalah pentingnya adalah sosialisasi kepada pelaku usaha kuliner tradisional tersebut tentang mekanisme bagaimana mengembangkan usaha melalui waralaba, karena sebagian besar dari para pengusaha kuliner ini adalah pengusaha yang tergolong kelompok usaha kecil menengah, yang biasanya tidak begitu memahami dan khawatir tentang penerapan pengembangan usaha modern seperti waralaba ini, hal yang mereka ingin pastikan adalah bagaimana pemerintah dan pihak yang terkait memberikan jaminan dan perlindungan bagi pengembangan usaha mereka.<sup>150</sup>

Dasar hukum yang dapat digunakan sebagai dasar kewenangan dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Hukum Terhadap Pelaksanaan Usaha Kuliner Tradisional masakan tradisional/lokal Melalui Sistem Waralaba terdiri dari:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Pasal 33 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
3. Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3886);
4. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat I Sumatera Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 70, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1814);

---

150 Pandangan dari peserta Focus Group Discussion, diselenggarakan pada hari sabtu, tanggal 6 September 2014, bertempat di Ruang A Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Kampus Palembang

5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3214);
6. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 1997 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 43, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3687);
7. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
8. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866);
9. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 290, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2341);
10. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 242, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4044);
11. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
12. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 12, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4967);
13. Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2009 Nomor



- 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
14. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
  15. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 53, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
  16. Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 Tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi Sebagai Daerah Otonom (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 202, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4022);
  17. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 Tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
  18. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 Tentang Pembagian Urusan Pemerintah Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, Pemerintah Daerah Kabupaten/ Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
  19. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2007 Tentang Tata cara Pelaksanaan Kerja Sama Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4761);

20. Peraturan Pemerintah Nomor 83 Tahun 2008 Tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Bantuan Hukum Secara Cuma-Cuma (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 214, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4955);
21. Peraturan Presiden Nomor 1 Tahun 2007 Tentang Pengesahan, Pengundangan dan Penyebarluasan Peraturan Perundang-undangan;
22. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang telah diubah menjadi Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 tentang Waralaba;
23. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12 tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Penerbitan Usaha Waralaba;
24. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba;
25. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Makanan dan Minuman.

Wacana berupa sumbangsih pemikiran tentang hal-hal apa saja yang dapat dijabarkan dalam Rancangan Peraturan Daerah diperoleh dengan terlebih dahulu telah melakukan wawancara mendalam dengan pihak terkait dan beberapa orang ahli. Adapun muatan yang terkandung dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Hukum Terhadap Pelaksanaan Usaha Kuliner Tradisional Melalui

Sistem Waralaba diusulkan sebagai berikut:<sup>151</sup>

1. Pengaturan tentang asas-asas dalam melakukan usaha Kuliner Tradisional Melalui Sistem Waralaba, dengan dasar itikad baik, transparansi, non-diskriminasi, rahasia dagang, perlindungan hukum, dan kepercayaan; pengaturan dan penjabaran mengenai asa-asas ini sangat diperlukan, hal ini merupakan bentuk konsistensi dan kekuatan para pihak termasuk komitmen pemerintah dalam memberikan perlindungan dan pengawasan terhadap pelaksanaan dan perkembangan kegiatan usaha ini, selain itu juga untuk mengantisipasi dan mengakomodasi apabila nanti pelaksanaan di lapangan diketemukannya persoalan-persoalan baru yang muncul dan membutuhkan penyelesaian segera, asas-asas ini dapat dipergunakan sebagai patokan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, tetapi seandainya asas-asas ini tidak dapat mengakomodir kesemuaan itu, maka sudah barang tentu perlu dilakukannya perbaikan atau perubahan peraturan yang telah diberlakukan tersebut.
2. Pengaturan tentang tempat berbisnis dan wilayah waralaba. Tempat berbisnis dan penampilan yang baik dan membawa ciri franchisor dibutuhkan dalam usaha franchise. Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis harus diperhatikan dengan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang layak. Pemberian wilayah didasarkan agar pemberian suatu wilayah tertentu dapat menjamin tidak ada persaingan usaha sejenis baik yang dilakukan oleh sesama franchisee ataupun oleh franchisor sendiri. Berdasarkan pasal 18 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30

---

151 Rangkuman dari hasil diskusi sehari dalam Forum Interactive Group Discussion, yang beranggotakan 8 (delapan) peserta yang mewakili pihak akademisi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, Biro Hukum Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan, Bagian Hukum Pemerintah Kota Palembang, dan Perwakilan Pengusaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan. Diselenggarakan sabtu, 27 September 2014 di Restoran Rumah Rempah Palembang.

Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi, dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu (secara bertahap) oleh Menteri memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan. Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi yang berada di Pasar Tradisional dan di luar Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Sedangkan usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sepanjang berada di Pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center), dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk.

3. Pengaturan tentang klausula-klausula kerahasiaan dagang, Perjanjian franchise selalu memuat klausula yang melarang para pihak untuk memberitahukan rahasia dagang kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai kepentingan dengan bisnis. Klausula kerahasiaan ini amat penting dalam suatu perjanjian franchise karena apabila rahasia dagang diketahui oleh pihak lain maka akan menimbulkan competitor/pesaing baru dalam bidang bisnis barang/jasa yang sama, juga diatur masalah bagaimana mekanisme menyelesaikan sengketa apabila ada pihak yang membuka rahasia dagang tersebut termasuk persoalan ancaman hukuman yang diterima atas kelalaian atau kesengajaan yang dilakukannya.
4. Pengaturan mengenai Klausula-klausula yang membatasi persaingan. Klausula ini mencantumkan bahwa setelah berakhirnya perjanjian maka pihak franchisee dibatasi untuk tidak berusaha dalam bisnis yang sejenis dengan usaha

franchise yang sebelumnya telah dijalani selama periode tertentu, keberadaan klausula ini untuk menghindari terciptanya duplikasi yang menyesatkan atau membuat keliru konsumen akibat perbuatan curang dari pelaku usaha, selain persoalan persaingan tidak sehat yang timbul diantara pelaku usaha.

5. Pengaturan tentang hak-hak dan kewajiban-kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba;  
penjabaran tentang hak-hak dan kewajiban antara pemberi dan penerima waralaba harus diletakkan pada posisi yang tepat dan berimbang, kenyataan di lapangan persoalan hak-hak dan kewajiban yang diatur didalam kontrak peralihan waralaba sering kali tidak berimbang, paling banyak ditentukan sepihak oleh pemberi waralaba dengan lebih banyak menguntungkan dirinya. Patokan-patokan atau batasan-batasan perlu dijabarkan dalam rancangan peraturan daerah ini dengan harapan dapat dijadikan panduan resmi bagi para pihak yang melakukan perjanjian untuk menaati dan mempedomani peraturan sebagai rambu-rambu dalam penyusunan kontrak kesepakatan bisnis waralaba

6. Pengaturan tentang kewajiban dan tanggung jawab Pemerintah Provinsi;

Hal yang tidak kalah pentingnya, adalah persoalan keterlibatan pemerintah dalam kegiatan bisnis ini. Pemerintah daerah harus memberi jaminan perlindungan dan pengawasan serta pembinaan bagi pengusaha kuliner tradisional yang mengembangkan usahanya melalui mekanisme waralaba, hal ini diperlukan karena kepastian hukum yang dibuat pemerintah provinsi/daerah dalam bentuk regulasi yang memihak kekhasan provinsi/daerah dapat menciptakan persaingan dengan maraknya franchise makanan asing yang terus menerus berkembang di daerah. Turut andilnya pemerintah provinsi/daerah akan berpengaruh besar terhadap dukungan perkembangan cita rasa tradisional diperkenalkan secara internasional.

7. Pengaturan tentang pihak yang melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Raperda; pengawasan jalannya atau implementasi Raperda di masyarakat perlu mendapat pengawasan agar Raperda ini tidak sia-sia diciptakan. Pengawasan juga bertujuan untuk mengetahui titik kelemahan atau persoalan-persoalan yang kemudian lahir pada saat Raperda ini diberlakukan, dengan adanya pengawasan tentunya kekurangan/kelemahan yang ada dapat dicarikan solusi terbaik agar tujuan mulia dari pemberlakuan Raperda ini tetap dapat dilaksanakan. Diusulkan pihak yang melakukan pengawasan adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi atau bagian yang berada di bawah Kota dan Kabupaten.
8. Pengaturan mengenai mekanisme penyelenggaraan perlindungan terhadap perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, serta perlindungan terhadap konsumen; Pengaturan mengenai lembaga yang membantu menyelesaikan sengketa yang terjadi antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba atau dengan konsumen, termasuk pilihan forum, dimana memperhatikan penetapan hukum mana yang akan diterapkan dalam perjanjian, serta tempat hukum mana yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan-perselisihan yang timbul. Pilihan hukum dan pilihan forum biasanya ditetapkan oleh franchisor.;
9. Pengaturan tentang sanksi dan penerapan sanksi bagi para pihak yang melakukan pelanggaran dan mengakibatkan kerugian; persoalan sanksi ini harus benar-benar dipikirkan matang-matang, baik masalah jenis sanksi yang akan diterapkan maupun kisaran atau besarnya jumlah sanksi yang akan dikenakan, hal ini diperlukan mengingat sanksi merupakan salah satu senjata yang dapat menjadi ultimatum bagi para pihak untuk tetap mematuhi perjanjian atau mekanisme yang ada.

Point-point penjabaran yang diajukan sebagai muatan dalam Rancangan Peraturan Daerah di atas merupakan wacana penting yang akan dimuat dalam naskah akademik. Naskah akademik yang merupakan sumbangsih saran dan landasan pentingnya suatu persoalan untuk diatur secara hukum bagi pemerintah dan DPRD dalam membentuk dan menetapkan Rancangan Peraturan Daerah yang dimaksudkan. Hasil pendapat dan sumbangsih para pihak terkait merupakan wacana yang harus mendapat perhatian dengan seksama, hal ini diperlukan mengingat betapa pentingnya pendekatan kemasyarakatan dijadikan rujukan dan pertimbangan dalam menentukan layak atau tidaknya suatu peraturan diberlakukan. Dukungan masyarakat sebagai bagian dari warga suatu Negara/propinsi/kabupaten dapat menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu peraturan yang diberlakukan untuk dilaksanakan atau dipatuhi dalam artian berpengaruh terhadap efektifitas penerapan peraturan tersebut.

Wacana hal-hal yang mungkin dapat dimasukkan dan diterapkan dalam pasal demi pasal pada Raperda tersebut, merupakan upaya yang dapat membantu kinerja pemerintah dalam menciptakan masyarakat sejahtera sesuai dengan teori Negara kesejahteraan (*welfare state*), dengan harapan akan ada kesinergian kerjasama yang baik antara pemerintah, pengusaha dan konsumen, dalam hal ini secara kelompok besar tercipta keharmonisan antara pemerintah dan rakyatnya dalam satu kesatuan pemerintahan yang berdaulat demi terciptanya masyarakat yang adil dan beradab serta mampu bersaing terbuka secara internasional.

## Penutup

### A. KESIMPULAN

Pengusaha waralaba kuliner tradisional/lokal rata-rata tidak menjalankan usahanya dalam bentuk waralaba. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada 100 responden pengusaha kuliner diperoleh informasi tidak ada satu pun responden yang menjalankan usahanya dalam bentuk waralaba. Usaha dengan mekanisme waralaba sulit berkembang dikarenakan kekhawatiran para pengusaha atas jaminan terlindunginya mutu produknya dan jaminan terlindunginya resep kuliner mereka dari perbuatan curang pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu jaminan pemerintah dalam hal pengaturan yang jelas tentang bisnis kuliner yang mereka jalankan dirasakan juga kurang, terlihat dari persoalan administrasi perizinan yang memakan waktu dan biaya informal yang cukup besar.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah Daerah dalam hal menertibkan pengaturan dan perlindungan terhadap pemberian izin usaha waralaba yang masih dirasakan terkendala oleh para pengusaha kuliner tradisional, terutama dalam hal membina dan mengembangkan usaha melalui mekanisme waralaba dengan membuat pengaturan secara hukum mengenai perlindungan dan pengembangan usaha kuliner masakan tradisional/lokal, bentuk pengaturan tersebut dapat dibuat semacam Raperda, yang isinya memberikan jaminan dan perlindungan berusaha bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba serta masyarakat selaku konsumen, selain itu juga dilakukan sosialisasi dan pengawasan yang merupakan bagian dari keikutsertaan pemerintah daerah dalam memberikan kesempatan kepada pengusaha kuliner tradisional tersebut untuk mengembangkan usaha dengan menggunakan mekanisme waralaba, dan yang tidak kalah pentingnya adalah penerapan sanksi hukum bagi para pihak yang melakukan



pungutan liar atau melanggar ketentuan-ketentuan yang telah diberlakukan dalam Raperda tersebut.

## **B. REKOMENDASI**

Pengembangan dan jaminan perlindungan usaha kuliner tradisional memerlukan perhatian yang serius dalam hal pelaksanaannya kedepan, agar apa yang diwacanakan ini tidak sia-sia adanya, maka dari itu direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

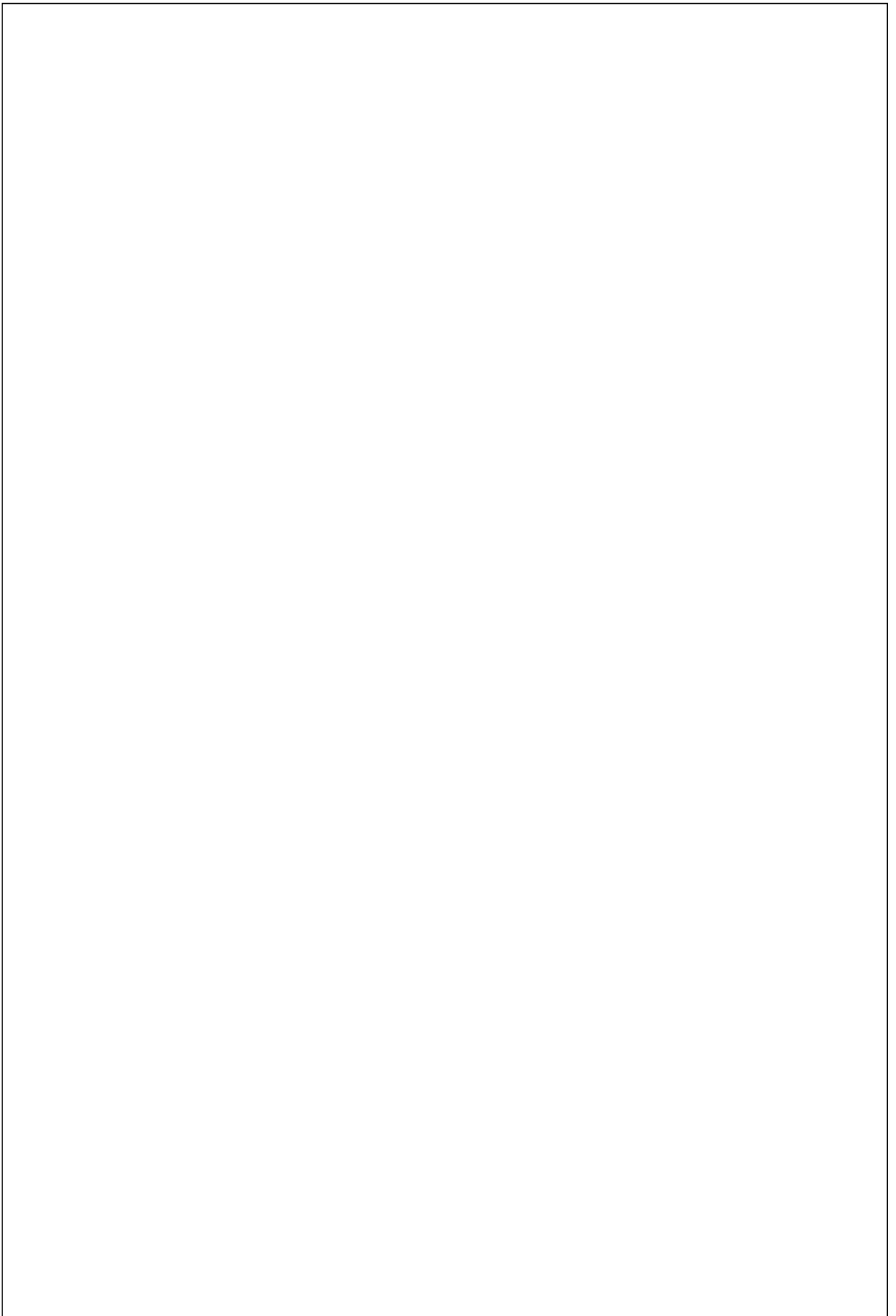
1. Peran serta akademisi dalam terus menerus memberikan masukan, terobosan berupa sumbangsih pemikiran dalam bentuk ide-ide konkrit masih terus diharapkan, perhatian pihak akademisi untuk membantu percepatan pembangunan daerah khususnya melalui pengembangan penelitian lanjutan yang berpijak pada potensi unggulan daerah perlu untuk diberlanjutkan, hal ini guna mendorong pemerintah untuk terus menerus melakukan perbaikan atas nama masyarakat atau warganya;
2. Kepedulian dan komitmen kesungguhan pemerintah Provinsi/ Kota/Kabupaten dalam merealisasikan wacana atau sumbangsih pemikiran yang diusulkan harus mendapat respond dan tindak lanjut, apabila usulan tersebut terdapat kekurangan harus direspon dengan menyampaikan kritik untuk diperbaiki, jangan sampai kekurangan tersebut dijadikan alasan untuk pembekuan usulan dengan kata lain disimpan menjadi berkas tanpa tindak lanjut kemudian karena dianggap bukan merupakan isu populer dalam masa jabatan pemerintahan yang bersangkutan, kepedulian dan dukungan pemerintah sangat diharapkan demi peningkatan taraf hidup masyarakatnya menuju masyarakat yang sejahtera;
3. Bagi para pengusaha dan pihak-pihak yang terkait dan membutuhkan, sebaiknya pelajari dengan cermat dan teliti untuk bersama-sama peduli kemaslahatan orang banyak, jangan hanya melakukan suatu usaha demi memperoleh untung yang maksimal saja, kepedulian terhadap lingkungan sekitar juga harus menjadi prioritas demi peningkatan taraf hidup dan peradaban masyarakat secara keseluruhan dan kebersamaan.

## Daftar Pustaka

- Amir Karamoy, 1996, Sukses Usaha Lewat Waralaba, PT. Jurnalindo Aksara Grafika: Jakarta.
- Adrian Sutedi, S.H, M.H. 2009, Hak Atas Kekayaan intelektual. Jakarta: Sinar Grafika.
- Blake& Associates, 8 Oktober 1999, FranInfo-email: sam@franet.com, Last Revised: 10.
- Bambang Kesowo. 1995, Pengantar Hak Atas Kekayaan Intelektual. UGM-Yogyakarta.
- Bambang Tjatur Iswanto, 2007, Tesis “Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee dalam Perjanjian Franchise di Ondonesia”, Program Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang.
- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2009, Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum, PT. Raja Grafindo: Jakarta.
- Dov Izraeli, 1972, Franchising and the Total Distribution System, Longman, London.
- Dragan Milovanovic, 1988, A Primer in the Sociology of Law, Harrow and Heston: New York.
- Franz Magnis Suseno, 1987, Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral, Kanisius: Yogyakarta.
- Gautama, Sudargo, 1982, Hukum Perdata dan Dagang Internasional, Alumni: Bandung.
- , 1997, Pembaruan Hukum Merek Indonesia, Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Gunawan Widjaja, 2003, Lisensi, cetakan kedua, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- , 2004, Lisensi atau Waralaba: Suatu Pengantar Praktis, cetakan kedua, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Harsono Adisumarto, 1989, Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek, Akademika Pressindo: Jakarta.
- Hermanto Siregar dan Yulia Fitriani, Agustus 2006, “Pancasila dan Problem Keadilan Sosial Ekonomi di Indonesia” dalam Restorasi Pancasila: Mendamaikan Politik Identitas dan Modernitas, Brighten Press: Bogor.
- H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, 2013, Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

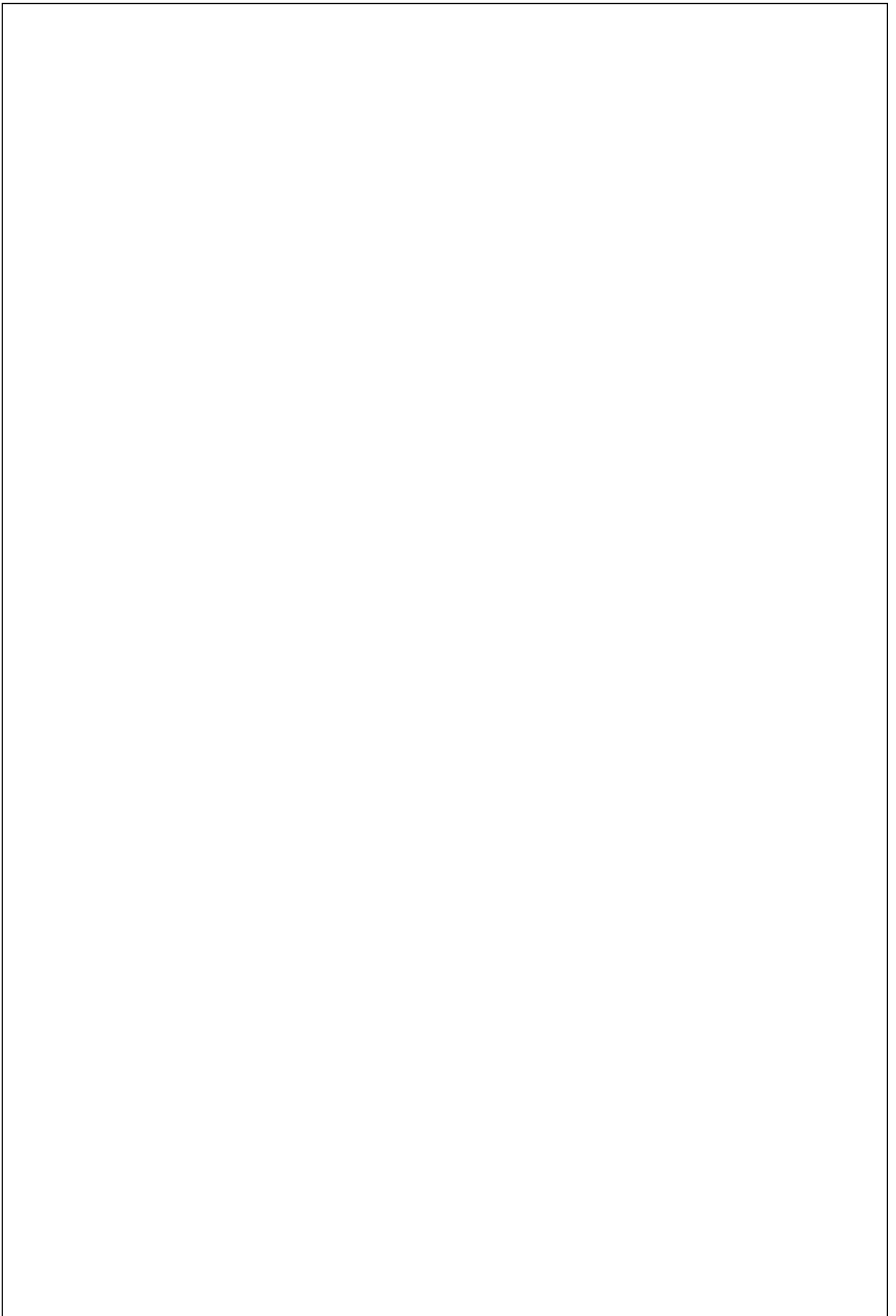
- H. OK. Saidin, 2007, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- H. Moch. Basarah dan H. M. Faiz Mufidin, 2008, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Iman Sjahputra, 2003, "Franchise: Perikatan HaKI yang Diperluas", *Harian Umum Suara Pembaharuan*: Jakarta, Edisi 26 Oktober 2003.
- Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, 2004, *Hukum Bisnis: Dalam Persepsi Manusia Modern*, cetakan pertama, PT. Refika Aditama: Bandung.
- J. Queen, 1993, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, diterjemahkan oleh PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Munir Fuady, September 2013, *Teori-Teori Besar (Grand Theory) Dalam Hukum*, cetakan kedua, PT. Kencana Prenadamedia Group: Jakarta.
- Martin Mendelsohn, 1993, *Franchising-Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Alih Bahasa oleh Arif Suyoko, Fauzi Bustami, Hari Wahyudi, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Otje Salmandan Susanto, 2004, *Teori Hukum*, Rafika Aditama: Bandung.
- Paul Hamlyn Larousse Gastronomique *The Worlds Greatest, 1988 Cookery Encyclopedia*, The Hamlyn Publishing Group.
- Rachmadiusman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, PT. Alumni: Bandung.
- Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, Maret 2013, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Setiawan, November 1991, "Aspek-aspek Hukum Franchising", *Makalah Pada Diskusi Rutin Dosen Fakultas Hukum Trisakti Jakarta*.
- Tim Lindsey, dkk, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, PT. Alumni: Bandung.
- Tuti Soenardi dan Tim Yayasan Gizi Kuliner Jakarta, 2013, *Teori Dasar Kuliner*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Anang Sukandar, "Bisnis Waralaba Masih Terbuka", source: <http://www.tempo.co.id/hg/eksis/12/17/brk.200091217-36.id.html>
- Hendry E. Ramdhan, "Bagaimana Menfranchisekan Usaha Anda?", Volume I, source: [http://www.waralabaku.com/artikel\\_detil.php?aid=1](http://www.waralabaku.com/artikel_detil.php?aid=1)
- Heri Lumoindong, "Waralaba dan Perkembangannya", source: [http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum\\_waralaba1.htm](http://paroki-teresa.tipod.com/tonikum_waralaba1.htm). diakses tanggal 4 desember 2006.

- RR. Putri Ayu Priamsari, Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Di Tingkat Peninjauan Kembali).
- Setiawan Adi, "HaKI dan Sengketa Rahasia Dagang", source: <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol1912/haki-dan-sengketa-rahasia-dagang>
- Taufiq Hidayat, "Bisnis Kuliner Itu Adalah Tentang "Recipes", Bukan Tempatnya.", source: <http://www.teoribisnis.com/2013/02/bisnis-kuliner-itu-adalah-tentang.html>
- "Memahami Rahasia Dagang", source: <http://www.dgip.go.id/memahami-rahasia-dagang>
- "Prosedur Hukum untuk Membuka Usaha Waralaba", source: <http://www.reformata.com/0169-prosedur-hukum-untuk-buka-usaha-waralaba.html>
- Artikel: "Kiat Memilih Waralaba", source: <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/12051/18/hikmah/manajemen.htm>. diakses 27 desember 2005
- Artikel: "Revolusi Industri", source: [http://id.wikipedia.org/wiki/revolusi\\_industri](http://id.wikipedia.org/wiki/revolusi_industri),
- Artikel: "Konsep dan Tujuan Industrilisasi, source: <http://www.kompas.co.id/berita=brk.20040225-07.id.html&act=read>.
- Artikel: "Bisnis Waralaba: Info Dasar Untuk Melangkah", source: [http://www.republika.co.id/suplemen/cetak\\_detail.asp?mid=3&id=181220&kat\\_id=105&kat\\_id1=149&kat\\_id2=202](http://www.republika.co.id/suplemen/cetak_detail.asp?mid=3&id=181220&kat_id=105&kat_id1=149&kat_id2=202)  
[www.waralaba.com/makanan\\_minuman/indeks.6.html](http://www.waralaba.com/makanan_minuman/indeks.6.html).
- "Waralaba di Indonesia", [http://www.waralabaku.com/for\\_alp.php](http://www.waralabaku.com/for_alp.php)  
[www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html](http://www.waralaba.com/makanan-minuman/indeks.11.html)
- Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 jo No.42 Tahun 2007 tentang waralaba
- Republik Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.



## *Lampiran*

**Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah  
No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba**



PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA (PP)  
NOMOR 16 TAHUN 1997 (16/1997)  
TENTANG  
WARALABA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang:

Bahwa untuk menciptakan tertib usaha dengan cara Waralaba serta perlindungan terhadap konsumen, dipandang perlu menetapkan ketentuan tentang Waralaba dengan Peraturan Pemerintah;

Mengingat:

1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945;
2. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgelijke Wetboek, Staatblads 1847 Nomor 23);
3. Undang-undang Pengaturan Perusahaan 1934 (Bedrijfs Reglementerings Ordonantie 1934, Staatblads 1938 Nomor 86);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan:

PERATURAN PEMERINTAH TENTANG WARALABA.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan :

1. Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
2. Pemberi Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya;
3. Penerima Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak



untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

#### Pasal 2

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
- (2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

#### Pasal 3

- (1) Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :
  - a. Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya;
  - b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba;
  - c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
  - d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
  - e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba;
  - f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian Waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba wajib memberikan waktu yang cukup kepada Penerima Waralaba untuk meneliti hal-hal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

#### Pasal 4

- (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba memberikan pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

#### Pasal 5

Dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba lain, Penerima Waralaba yang bersangkutan wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya satu tempat usaha untuk melakukan

kegiatan usaha Waralaba.

#### Pasal 6

- (1) Usaha Waralaba dapat diselenggarakan untuk dan di seluruh wilayah Indonesia, dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan pentahapan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan setelah mendengar pertimbangan Menteri dan pimpinan instansi terkait.

#### Pasal 7

- (1) Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis sebagaimana dimaksud pada Pasal 3 ayat (1) didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh Penerima waralaba paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya perjanjian Waralaba.
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara Waralaba.

#### Pasal 8

Penerima Waralaba yang tidak memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 ayat (1) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha yang bersangkutan meskipun telah diberi peringatan sebanyak tiga kali berturut-turut, dikenakan sanksi pencabutan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) atau ijin lain yang sejenis.

#### Pasal 9

- (1) Perjanjian Waralaba yang telah berlaku sebelum ditetapkannya Peraturan Pemerintah ini, didaftarkan sebagaimana dimaksud pada pasal 7.
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.

#### Pasal 10

Ketentuan lebih lanjut yang diperlukan bagi pelaksanaan Peraturan Pemerintah ini ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

#### Pasal 11

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 18 Juni 1997

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

SOEHARTO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 18 Juni 1997  
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

MOERDIONO

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1997 NOMOR 49

PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 16 TAHUN 1997

TENTANG

WARALABA

UMUM

Dalam rangka lebih memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan alih teknologi, dipandang perlu mengembangkan kegiatan Waralaba.

Sehubungan dengan hal-hal tersebut dan untuk memberikan kepastian usaha dan

kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan Waralaba, maka perlu dilakukan upaya pengaturan, pembinaan, dan pengembangan Waralaba dalam suatu Peraturan Pemerintah.

## PASAL DEMI PASAL

### Pasal 1

#### Angka 1

Yang dimaksud dengan hak atas kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten.

Yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

#### Angka 2

Pemberi Waralaba lazim disebut Franchisor.

#### Angka 3

Penerima Waralaba lazim disebut Franchisee.

### Pasal 2

#### Ayat (1)

Cukup jelas

#### Ayat (2)

Cukup jelas

### Pasal 3

#### Ayat (1)

Ketentuan ini dimaksudkan agar Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba memiliki dasar awal yang kuat dalam melakukan kegiatan Waralaba secara sehat dan terbuka.

huruf a

Keterangan mengenai Pemberi Waralaba menyangkut identitasnya antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat Pemberi Waralaba, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan Waralaba, keterangan mengenai Penerima Waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.

huruf b

Cukup jelas

huruf c

Persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba antara lain

mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu.

huruf d

Keterangan mengenai prospek kegiatan Waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek dimaksud.

huruf e

Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan dan pedoman kerja.

huruf f

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 4

Cukup jelas

Pasal 5

Hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba lain dituangkan dalam perjanjian Waralaba.

Dalam hal perjanjian Waralaba tidak mengatur hak yang demikian, penunjukan lebih lanjut Penerima Waralaba lain hanya dapat dilakukan berdasarkan persetujuan tertulis dari Pemberi Waralaba.

Pasal 6

Ayat (1)

Penyelenggaraan Waralaba pada dasarnya dilakukan secara bertahap terutama di ibukota Propinsi.

Pengembangan Waralaba di luar ibukota Propinsi, seperti di ibukota Kabupaten/Kotamadya Daerah Tingkat II dan tempat-tempat tertentu lainnya yang memerlukan kehadiran jasa Waralaba dilakukan secara bertahap dan dengan memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan usaha dan tingkat pertumbuhan sosial dan ekonomi terutama dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 7

Ayat (1)

Saat berlakunya perjanjian Waralaba ditetapkan dalam masing-masing perjanjian Waralaba.

Ayat (2)  
Cukup jelas

Pasal 8  
Cukup jelas

Pasal 9

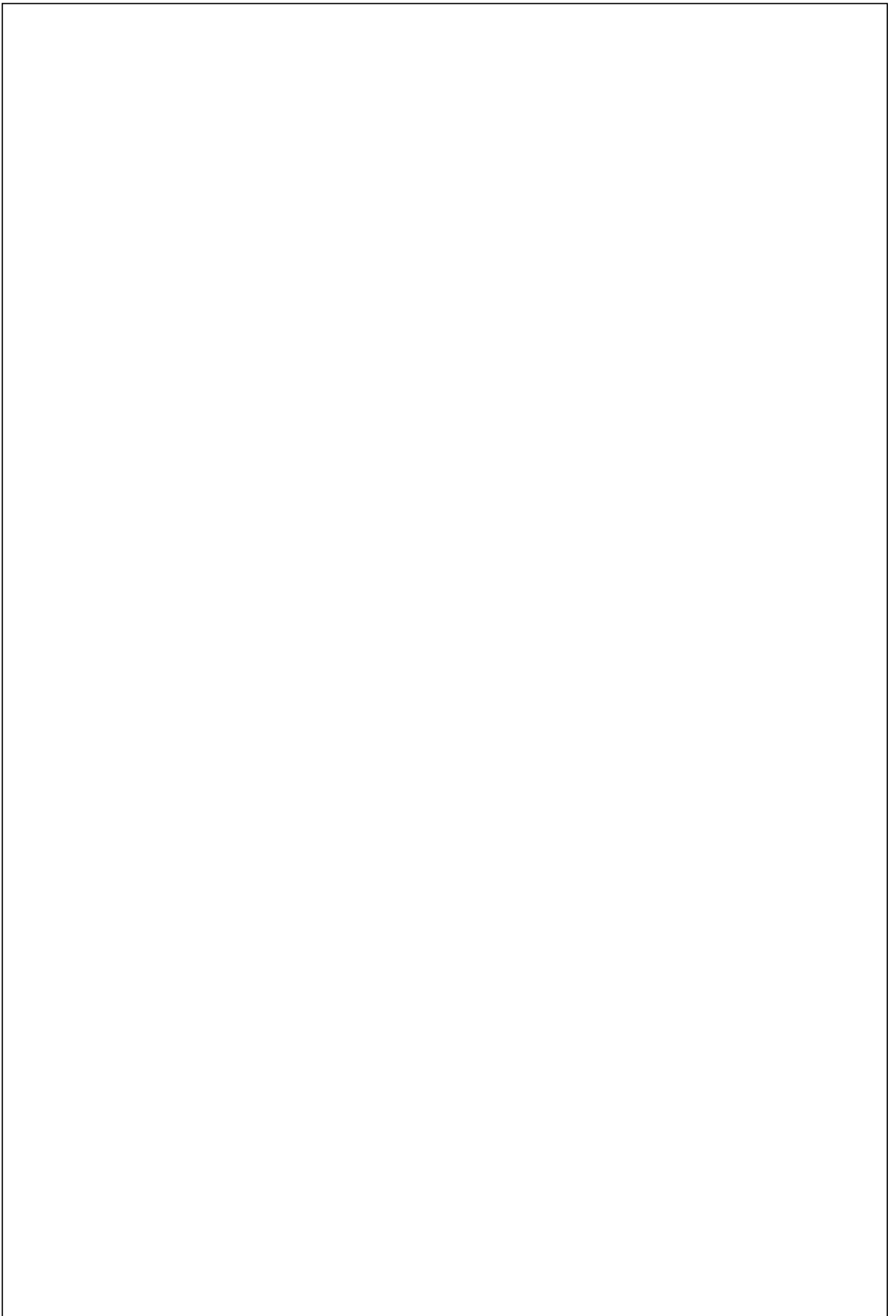
Ayat (1)  
Cukup jelas

Ayat (2)  
Cukup jelas

Pasal 10  
Cukup jelas

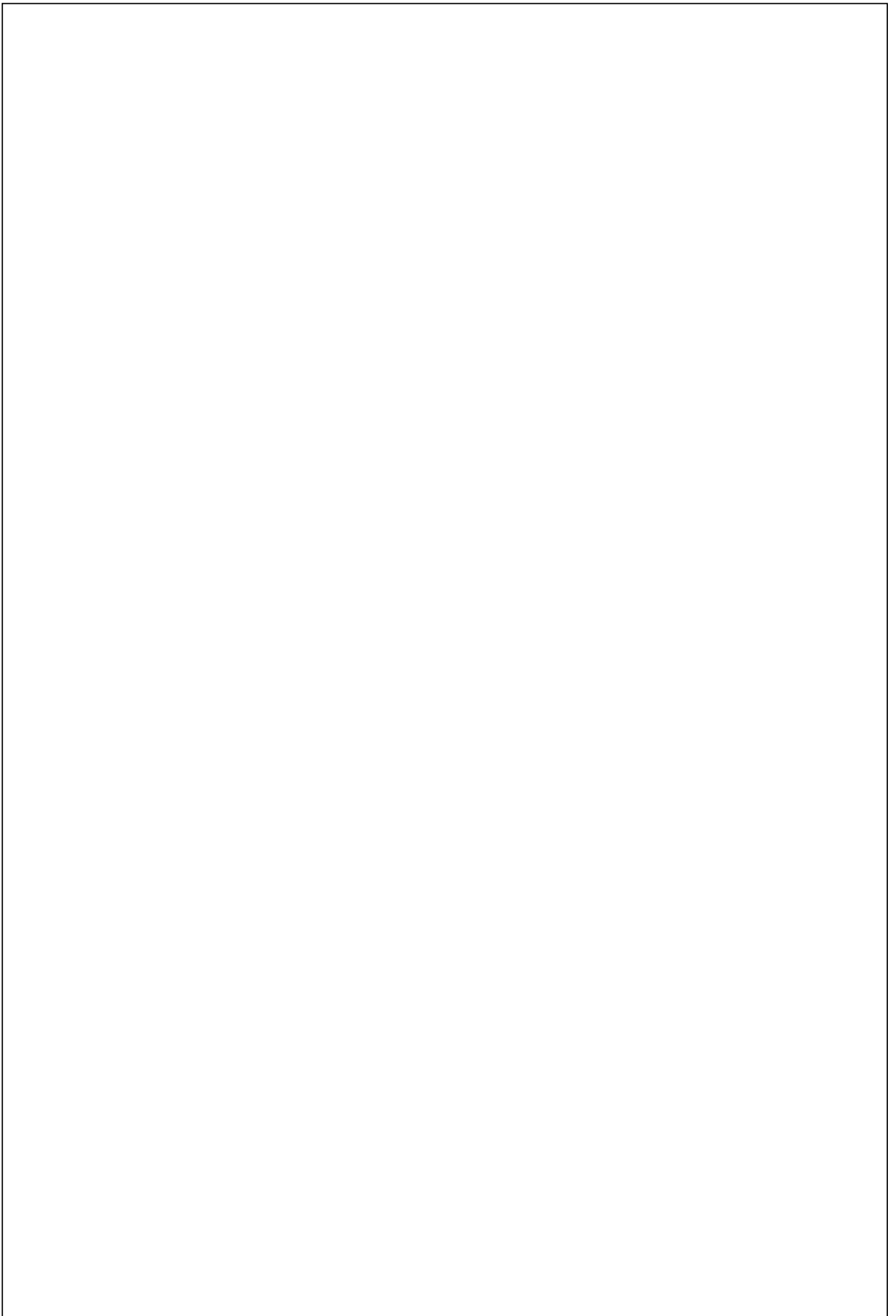
Pasal 11  
Cukup jelas

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3690



**Peraturan Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah  
No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba**







PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 42 TAHUN 2007  
TENTANG  
WARALABA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk lebih meningkatkan tertib usaha dengan cara Waralaba serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Waralaba;

Mengingat : 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;  
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgelijke Wetboek, Staatsblads 1847* Nomor 23);  
3. Undang-Undang Penyaluran Perusahaan 1934 (*Bedrijfs Reglementerings Ordonantie 1934, Staatsblads 1938* Nomor 86);  
4. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3611);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG WARALABA

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksudkan dengan :

1. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

2. Pemberi . . .

2. Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.
3. Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.
4. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang perdagangan.

#### Pasal 2

Waralaba dapat diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia.

### BAB II KRITERIA

#### Pasal 3

Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

### BAB III PERJANJIAN WARALABA

#### Pasal 4

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Pasal 5 . . .

#### Pasal 5

Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit :

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

#### Pasal 6

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain.
- (2) Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk Penerima Waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha Waralaba.

### BAB IV

#### KEWAJIBAN PEMBERI WARALABA

#### Pasal 7

- (1) Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.
- (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :
  - a. data identitas Pemberi Waralaba;
  - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba;

c. sejarah . . .

Lampiran ■ 121

- c. sejarah kegiatan usahanya;
- d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
- e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
- f. jumlah tempat usaha;
- g. daftar Penerima Waralaba; dan
- h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

#### Pasal 8

Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.

#### Pasal 9

- (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.

### BAB V PENDAFTARAN

#### Pasal 10

- (1) Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba.
- (2) Pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.

Pasal 11 . . .

#### Pasal 11

- (1) Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian Waralaba.
- (2) Pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.

#### Pasal 12

- (1) Permohonan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 diajukan dengan melampirkan dokumen :
  - a. fotokopi prospektus penawaran Waralaba; dan
  - b. fotokopi legalitas usaha.
- (2) Permohonan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 diajukan dengan melampirkan dokumen:
  - a. fotokopi legalitas usaha;
  - b. fotokopi perjanjian Waralaba;
  - c. fotokopi prospektus penawaran Waralaba; dan
  - d. fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/pengurus perusahaan.
- (3) Permohonan pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diajukan kepada Menteri.
- (4) Menteri menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba apabila permohonan pendaftaran Waralaba telah memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).
- (5) Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
- (6) Dalam hal perjanjian Waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
- (7) Proses permohonan dan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba tidak dikenakan biaya.

Pasal 13 . . .

### Pasal 13

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pendaftaran Waralaba diatur dengan Peraturan Menteri.

## BAB VI PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

### Pasal 14

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan Waralaba.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain berupa pemberian :
  - a. pendidikan dan pelatihan Waralaba;
  - b. rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
  - c. rekomendasi untuk mengikuti pameran Waralaba baik di dalam negeri dan luar negeri;
  - d. bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
  - e. penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik; dan/atau
  - f. bantuan perkuatan permodalan.

### Pasal 15

- (1) Menteri melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Waralaba.
- (2) Menteri dapat melakukan koordinasi dengan instansi terkait dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

## BAB VII . . .

## BAB VII SANKSI

### Pasal 16

- (1) Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administratif bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan/atau Pasal 11.
- (2) Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. peringatan tertulis;
  - b. denda; dan/atau
  - c. pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

### Pasal 17

- (1) Sanksi administratif berupa peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf a, dikenakan kepada Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan Pasal 11.
- (2) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan paling banyak 3 (tiga) kali dalam tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan sebelumnya diterbitkan.

### Pasal 18

- (1) Sanksi administratif berupa denda sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf b, dikenakan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 atau Penerima Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.
- (2) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (3) Sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 ayat (2) huruf c, dikenakan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.

BAB VIII . . .



BAB VIII  
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 19

- (1) Perjanjian Waralaba yang dibuat sebelum ditetapkan Peraturan Pemerintah ini harus didaftarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1).
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 1 (satu) tahun sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.

BAB IX  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 20

Pada saat Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 21

Pada saat Peraturan Pemerintah ini berlaku, semua peraturan perundang-undangan yang merupakan peraturan pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690) dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Pemerintah ini.

Pasal 22

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar . . .

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 23 Juli 2007

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd

DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 23 Juli 2007

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

ANDI MATTALATTA

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2007 NOMOR 90

**Salinan sesuai dengan aslinya**

DEPUTI MENTERI SEKRETARIS NEGARA  
BIDANG PERUNDANG-UNDANGAN,

MUHAMMAD SAPTA MURTI

PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 42 TAHUN 2007  
TENTANG  
WARALABA

I. UMUM

Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan Waralaba di seluruh Indonesia maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai Pemberi Waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha Pemberi Waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba. Disamping itu, Pemerintah dapat memantau dan menyusun data Waralaba baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, Pemberi Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran Waralaba kepada Pemerintah dan calon Penerima Waralaba. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba harus menyampaikan perjanjian Waralaba tersebut kepada Pemerintah.

Peraturan Pemerintah ini diharapkan dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam memasarkan produknya.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1  
Cukup jelas.

Pasal 2  
Cukup jelas.

Pasal 3 . . .

Pasal 3

Huruf a

Yang dimaksud dengan “ciri khas usaha” adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi Waralaba.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “terbukti sudah memberikan keuntungan” adalah menunjuk pada pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis” adalah standar secara tertulis supaya Penerima Waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*Standard Operational Procedure*).

Huruf d

Yang dimaksud dengan “mudah diajarkan dan diaplikasikan” adalah mudah dilaksanakan sehingga Penerima Waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba.

Huruf e

Yang dimaksud dengan “dukungan yang berkesinambungan” adalah dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi.

Huruf f

Yang dimaksud dengan “Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar” adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Pasal 4 . . .

**Pasal 4**

Cukup jelas.

**Pasal 5**

Cukup jelas.

**Pasal 6**

Cukup jelas.

**Pasal 7**

**Ayat (1)**

Cukup jelas.

**Ayat (2)**

**Huruf a**

Yang dimaksud dengan “data identitas” adalah fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik usaha apabila perseorangan, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.

**Huruf b**

Yang dimaksud dengan “legalitas usaha” adalah izin usaha teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan.

**Huruf c**

Yang dimaksud dengan “sejarah kegiatan usahanya” adalah uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.

**Huruf d**

Cukup jelas.

**Huruf e**

Cukup jelas.

**Huruf f**

Yang dimaksud dengan “tempat usaha” adalah outlet atau gerai untuk melaksanakan kegiatan usaha.

**Huruf g**

Yang dimaksud dengan “daftar Penerima Waralaba” adalah nama-nama perusahaan dan/atau perseorangan sebagai Penerima Waralaba.

Huruf h . . .

Huruf h  
Cukup jelas.

Pasal 8  
Pembinaan yang diberikan Pemberi Waralaba dilaksanakan secara berkesinambungan, termasuk melakukan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dilakukan oleh Penerima Waralaba.

Pasal 9  
Ketentuan ini dimaksudkan dalam rangka meningkatkan penggunaan produk dalam negeri dan tidak menggunakan produk luar negeri sepanjang tersedia produk pengganti dalam negeri dan memenuhi standar mutu produk yang dibutuhkan.

Pasal 10  
Cukup jelas.

Pasal 11  
Cukup jelas.

Pasal 12  
Cukup jelas.

Pasal 13  
Cukup jelas.

Pasal 14  
Ayat (1)  
Cukup jelas.

Ayat (2)  
Huruf a  
Cukup jelas.

Huruf b  
Cukup jelas.

Huruf c  
Cukup jelas.

Huruf d  
Cukup jelas.

Huruf e  
Cukup jelas.

Huruf f . . .

Huruf f

Yang dimaksud dengan “perkuatan permodalan” adalah antara lain kemudahan mendapatkan fasilitas kredit dan mendapatkan bunga rendah.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Cukup jelas.

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Denda ditetapkan oleh pejabat yang menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba atau pejabat yang ditunjuk dan disetor ke Kas Negara menjadi Pendapatan Negara Bukan Pajak.

Pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dilakukan oleh pejabat yang menerbitkan atau pejabat yang ditunjuk.

Pasal 19

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Cukup jelas.

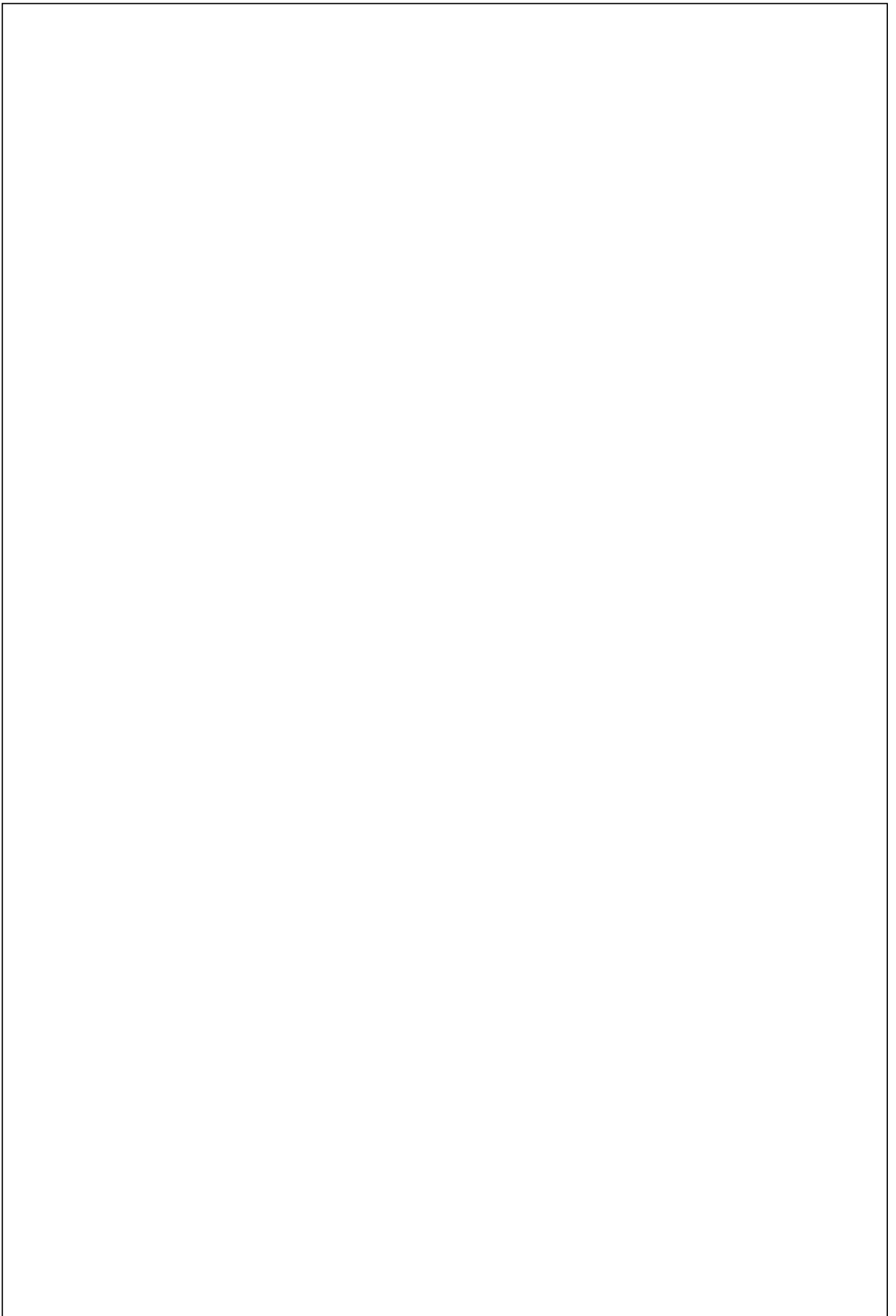
Pasal 22

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 4742

**Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan  
Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006  
tenteng Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat  
Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba**







**PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR : 12/M-DAG/PER/3/2006**

**TENTANG**

**KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN  
SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,**

- Menimbang :
- a. bahwa kegiatan usaha Waralaba perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha Waralaba nasional dan meningkatkan peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai Pemberi Waralaba, Penerima Waralaba maupun sebagai Pemasok barang dan/atau jasa;
  - b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a perlu dikeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 3611);
  2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437);
  3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690);
  4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3718);

5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2004 tentang Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu, sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 171/M Tahun 2005;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 62 Tahun 2005;
7. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2005;
8. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 01/M-DAG/PER/3/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perdagangan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 30/M-DAG/PER/12/2005;
9. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 09/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA.**

**BAB I  
KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan :

1. Waralaba (*Franchise*) adalah perkatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

2. Pemberi Waralaba (*Franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
3. Penerima Waralaba (*Franchisee*) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
4. Penerima Waralaba Utama (*Master Franchisee*) adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba dan berbentuk Perusahaan Nasional.
5. Penerima Waralaba Lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba melalui Penerima Waralaba Utama.
6. Perjanjian Waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama.
7. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba selanjutnya disingkat STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.
9. Menteri adalah Menteri yang tugas dan tanggungjawabnya dibidang Perdagangan.

## **BAB II KEGIATAN DAN PERSYARATAN USAHA WARALABA**

### **Pasal 2**

Kegiatan usaha Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

### **Pasal 3**

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba Utama untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan.

- (2) Penerima Waralaba Utama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertindak sebagai Pemberi Waralaba dalam melaksanakan Perjanjian Waralaba Lanjutan.

#### **Pasal 4**

Penerima Waralaba Utama wajib melaksanakan sendiri kegiatan usaha Waralaba dan mempunyai paling sedikit 1 (satu) tempat usaha.

#### **Pasal 5**

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospektus mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada Penerima Waralaba yang paling sedikit memuat:

- a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba 1 (satu) tahun terakhir;
- b. Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba disertai dokumen pendukung;
- c. Keterangan tentang kriteria atau persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba termasuk biaya investasi;
- d. Bantuan atau fasilitas yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan Kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba; dan
- f. Data atau informasi lain yang perlu diketahui oleh Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba selain huruf a sampai dengan huruf e.

#### **Pasal 6**

Perjanjian Waralaba memuat paling sedikit :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi Objek Waralaba;
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- d. Wilayah usaha (*zone*) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;

- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

#### **Pasal 7**

- (1) Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berakut paling sedikit 10 (sepuluh) tahun.
- (2) Jangka Waktu Perjanjian Waralaba antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan berakut paling sedikit 5 (lima) tahun.

#### **Pasal 8**

- (1) Pemberi Waralaba dari luar negeri wajib memiliki surat keterangan legalitas usaha yang dikeluarkan oleh instansi berwenang di negara asalnya.
- (2) Surat keterangan legalitas usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilegalisir oleh Atase Perdagangan/Pejabat Perwakilan RI di negara setempat.
- (3) Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki Izin Usaha dari Departemen/Instansi Teknis.

#### **Pasal 9**

- (1) Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan.
- (2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai pemasok barang dan atau jasa.

### **BAB III KEWENANGAN**

#### **Pasal 10**

- (1) Menteri memiliki kewenangan pengaturan kegiatan usaha Waralaba.
- (2) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri.
- (3) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Gubernur DKI/Bupati/Walikota bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (4) Bupati/Walikota melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (5) Khusus Propinsi DKI Jakarta, Gubernur melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab dibidang perdagangan bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.

### **BAB IV TATA CARA DAN PERSYARATAN PENERBITAN STPUW**

#### **Pasal 11**

- (1) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan.
- (2) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri dan Dalam Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan daerah setempat.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) dengan cara mengisi Daftar Isian Pemohonan STPUW Model A, sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan ini paling lambat 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak tanggal beriakunya Perjanjian.

### **Pasal 12**

- (1) Daftar Isian Permohonan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba atau kuasanya di atas kertas bermeterai cukup, diserahkan kepada pejabat penerbit STPUW dengan dilampirkan:
  - a. Copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik/pengurus perusahaan;
  - b. Copy Izin Usaha Departemen/Instansi teknis;
  - c. Copy Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
  - d. Copy Perjanjian Waralaba;
  - e. Copy Keterangan tertulis (Prospektus usaha) Pemberi Waralaba;
  - f. Copy Surat Keterangan Legalitas Usaha Pemberi Waralaba.
- (2) Copy dokumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib dilampirkan dokumen asli dan akan dikembalikan kepada pemohon STPUW setelah selesai pemeriksaan mengenai keabsahannya.

### **Pasal 13**

- (1) Paling lambat 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Daftar Isian Permohonan STPUW secara lengkap dan benar, Pejabat Penerbit STPUW menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW Model B, sebagaimana tercantum dalam lampiran II.
- (2) Apabila Daftar Isian Permintaan STPUW dinilai belum lengkap dan benar, paling lambat 5 (lima) hari kerja, pejabat penerbit STPUW membuat surat penolakan disertai alasan-alasan.
- (3) Bagi pemohon yang ditolak permohonannya sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat mengajukan permohonan STPUW kembali setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.

### **Pasal 14**

Masa berlaku STPUW selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang apabila jangka waktu perjanjian Waralaba masih berlaku.

### **Pasal 15**

- (1) Dalam hal Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhirnya masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (*Clean Break*).



- (2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama yang bertindak sebagai Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama, sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (*Clean Break*).

#### **BAB IV PEMBINAAN USAHA WARALABA**

##### **Pasal 16**

Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dilaksanakan dalam rangka kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara Waralaba.

##### **Pasal 17**

- (1) Pemilik STPUW berhak mendapatkan fasilitas secara selektif sesuai program pemerintah yang tersedia.
- (2) Fasilitas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain terdiri dari :
  - a. pendidikan dan pelatihan;
  - b. rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
  - c. rekomendasi untuk mengikuti pameran baik di dalam dan luar negeri;
  - d. bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
  - e. pemberian penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik.

#### **BAB V PELAPORAN**

##### **Pasal 18**

- (1) Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan tahunan kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perkembangan kegiatan usaha Waralaba setiap tanggal 31 Januari dengan menggunakan Formulir Model C sebagaimana dimaksud dalam Lampiran III Peraturan ini.

- (2) Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan secara tertulis kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perubahan berupa:
  - a. Penambahan atau pengurangan tempat usaha (*outlet*);
  - b. Pengalihan kepemilikan usaha;
  - c. Pemindahan alamat Kantor Pusat atau tempat usaha Waralaba;
  - d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk badan usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;
  - e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

## **BAB VI SANKSI**

### **Pasal 19**

- (1) Pemilik STPUW yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis dari pejabat penerbit STPUW.
- (2) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal pengiriman oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Surat Peringatan Tertulis Model D, sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV Peraturan ini.

### **Pasal 20**

- (1) Pemilik STPUW yang tidak mengindahkan peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (2) dikenakan sanksi administratif berupa pemberhentian sementara STPUW paling lama 1 (satu) bulan.
- (2) Pemberhentian sementara STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pemberhentian Sementara Model E, sebagaimana tercantum dalam Lampiran V Peraturan ini.

### **Pasal 21**

- (1) Pemilik STPUW yang tetap tidak mengindahkan atau tidak melakukan perbaikan setelah peanggaran ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW.

- (2) Pencabutan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pencabutan STPUW Model F sebagaimana tercantum dalam Lampiran VI Peraturan ini.

#### **Pasal 22**

Pemilik STPUW yang dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

#### **Pasal 23**

Penerima Waralaba yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba meskipun telah diberi peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

### **BAB VII KETENTUAN LAIN**

#### **Pasal 24**

- (1) Ketentuan pelaksanaan dan hal-hal teknis yang belum diatur dalam Peraturan Menteri ini, ditetapkan lebih lanjut oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan.
- (2) Dengan berlakunya Peraturan ini maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dinyatakan tidak berlaku.

#### **Pasal 25**

Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memiliki STPUW, wajib melakukan penyesuaian dengan ketentuan dalam Peraturan ini dan diberikan tenggang waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal ditetapkan Peraturan ini.

**BAB VIII  
PENUTUP**

**Pasal 26**

Peraturan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Peraturan ini dengan menempatkannya dalam Berita Negara Republik Indonesia

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 29 Maret 2006

**MENTERI PERDAGANGAN R.I.**

*ttd*

**MARI ELKA PANGESTU**

Salinan sesuai dengan aslinya  
Kepala Biro Hukum  
Departemen Perdagangan

Djunari I Waskito

**LAMPIRAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR : 12/M-DAG/PER/3/2006**

**TANGGAL : 29 Maret 2006**

---

**DAFTAR LAMPIRAN**

1. LAMPIRAN I : Formulir Model A, Daftar Isian Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (DIP-STPUW).
2. LAMPIRAN II : Formulir Model B, Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
3. LAMPIRAN III : Formulir Model C, Laporan Tahunan Kegiatan Usaha Waralaba.
4. LAMPIRAN IV : Model D, Surat Peringatan Tertulis.
5. LAMPIRAN V : Model E, Keputusan Pemberhentian Sementara Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW).
6. LAMPIRAN VI : Model F, Keputusan Pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW).

**MENTERI PERDAGANGAN R.I.**

ttd

**MARI ELKA PANGESTU**

Salinan sesuai dengan aslinya  
Kepala Biro Hukum  
Departemen Perdagangan

Djunari I Waskito

**DAFTAR ISIAN PERMOHONAN  
PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA  
(STPUW)**

**I. DASAR HUKUM**

1. Peraturan Pemerintah R.I Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba;
2. Peraturan Menteri Perdagangan No. .... tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

<b>II</b>	<b>DATA PEMOHON UTAMA/PENERIMA (FRANCHISEE)</b>	<b>(PENERIMA WARALABA</b>	<b>WARALABA LANJUTAN</b>
-----------	---	-------------------------------	------------------------------

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | 1. Nama Perusahaan                              | : |  |
|  | 2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan                | : |  |
|  | 3. Alamat Kantor Pusat                          | : |  |
|  | 4. Nomor Telepon/Fax/Kawat                      | : |  |
|  | 5. Akte Pendirian                               | : |  |
|  | • Nomor   | : |  |
|  | • Tanggal                                       | : |  |
|  | 6. Surat Izin Usaha Perdagangan                 | : |  |
|  | • Nomor   | : |  |
|  | • Tanggal                                       | : |  |
|  | • Bidang Usaha                                  | : |  |
|  | 7. Surat Izin Departemen Teknis                 | : |  |
|  | • Nomor   | : |  |
|  | • Tanggal                                       | : |  |
|  | • Nama Departemen Teknis                        | : |  |
|  | 8. Nomor Pokok Wajib pajak (NPWP)<br>Perusahaan | : |  |
|  | 9. Perusahaan (TDP)                             | : |  |
|  | • Nomor   | : |  |
|  | • Tanggal                                       | : |  |
|  | 10. Penanggung jawab                            | : |  |
|  | • Nama  | : |  |
|  | • Alamat Rumah                                  | : |  |
|  | • Nomor Telepon/Fax/kawat                       | : |  |

- 11. Permodalan Perusahaan Saat ini :
  - a. Modal dasar : Rp
  - b. Modal ditempatkan : Rp
  - c. Modal disetor : Rp
  - d. Kekayaan perusahaan : Rp

- 12. Apakah sudah pernah menjadi  
Penerima Waralaba/Penerima Waralaba  
Lanjutan : Sudah/belum \*) :  
Jika Sudah pernah dengan siapa :

- 13. Data Tenaga Kerja \*\*) :  
(Buat daftar nama dan Jabatan) :
  - a. Tenaga kerja Asing
  - b. Tenaga Kerja Indonesia (lokal) :

**III. FASILITAS TEMPAT USAHA PENERIMA WARALABA UTAMA/  
PENERIMA WARALABA LANJUTAN**

- 1. Lokasi :
- 2. Luas Ruangan :
- 3. Peralatan Pokok/Utama :  
(dalam daftar terlampir)
- 4. Bahan baku utama :  
(dalam daftar terlampir) :
- 5. Bahan baku penolong :  
(dalam daftar terlampir) :

**IV. DATA PEMBERI WARALABA (FRANCHISOR) DALAM NEGERI/ LUAR  
NEGERI/PENERIMA WARALABA UTAMA \*)**

- 1. Nama Perusahaan :
- 2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan :
- 3. Alamat Kantor Pusat :
- 4. Nomor Telepon/Fax/Kawat :
- 5. Bukti legalitas usaha pemberi Waralaba Dalam  
Negeri/Luar Negeri/Penerima Waralaba Utama
  - a. Dari Instansi :
  - b. Nomor :
  - c. Tanggal :
- 6. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) :
  - a. Nomor :
  - b. Tanggal :

7. HKI atau penemu atau ciri khas usaha yang menjadi obyek Waralaba terdapat di Indonesia

- Instansi :
- Nomor :
- Tanggal :

8. Sejak kapan memulai usaha Waralaba :

9. Teknologi milik sendiri atau lisensi dari pihak lain (bila dari pihak lain disebutkan dengan jelas nama dan alamat pemberi lisensi) :

#### **IV. PERJANJIAN WARALABA**

1. Nomor dan Tanggal Perjanjian :
2. Masa Berlaku Perjanjian :
3. Jenis Perjanjian Waralaba :
4. Wilayah Pemasaran :
5. Jenis Barang dan Atau Jasa yang Menjadi Obyek Waralaba :
6. Merek Barang dan Jasa yang menjadi Obyek Waralaba. :

Demikian, Daftar Isian Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Tempat dan Tanggal

**PENERIMA WARALABA UTAMA/  
PENERIMA WARALABA LANJUTAN**

Ttd  
Meterai Rp. 6000,-

Nama dan Jabatan  
Penanggungjawab Perusahaan

Catatan :

- \* Coret yang tidak perlu
- \*\* Apabila kolom tidak cukup dapat dibuat lampiran.



**KOP SURAT  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

**SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA  
(STPUW)**

---

Nomor :  
Berlaku s.d tanggal :

Berkenaan dengan permintaan .....nomor .....tanggal ..... dan menunjuk Surat Perjanjian Waralaba Nomor .....tanggal .....

dan berdasarkan :

1. Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor ..... tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

**SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA (STPUW)  
SEBAGAI PENERIMA WARALABA**

**KEPADA :**

1. Nama Perusahaan :
2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan :
3. Alamat :
4. Nama Pimpinan dan Jabatan
5. Nomor SIUP :
6. Nomor Surat Izin Usaha Dep. Teknis :
- 7 Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) :
8. Barang dan atau jasa obyek Waralaba :
9. Merck
10. Wilayah pemasaran :
11. Bentuk Badan Usaha/Perorangan ;  
Pemberi Waralaba Luar Negeri/Dalam Negeri

12. Alamat Badan Usaha/Perorangan :  
Pemberi Waralaba Luar Negeri/Dalam Negeri

**DENGAN KEWAJIBAN :**

1. Mengutamakan penggunaan barang dan atau hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh Pengusaha Kecil dan Menengah.
2. Menyampaikan laporan tahunan kegiatan usaha Waralaba dan penggunaan barang dan atau bahan-bahan hasil produksi dalam negeri sebagaimana dimaksud pada angka 1 (satu) setiap 6 (enam) bulan sekali kepada Pejabat Penerbit STPUW.

**Tempat dan tanggal,**

**PEJABAT PENERBIT STPUW**

Tembusan :

1. Ka Dinas Perindag Propinsi ....
2. Ka Dinas Perindag Kota/Kabupaten ...

Diaisi oleh Penenerima Waralaba/ Penenerima Waralaba Lanjutan

MODEL C

LAPORAN TAHUNAN KEGIATAN USAHA WARALABA PERIODE .....

No.	Jenis barang dan atau jasa yang diwaralabakan	Nilai Perjualan	Bahan Baku digunakan	% bahan baku barang jadi yang digunakan/dijual dari 2)		Bahan Baku/barang jadi yang digunakan/dijual dari		Nilai Bahan Baku/ Barang jadi yang digunakan/dijual dari 2)		Jumlah Tenaga Kerja		Bantuan atau Fasilitas yang diberikan pemberi waralaba	Keterangan
				DN	LN	DN	LN	DN	LN	DN	LN		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Catatan

- DN= Dalam Negeri
- 1) Bagi yang mempunyai cabang tempat usaha Waralaba agar tiap cabang dibuat laporan serupa secara terpisah dan diandatangani oleh Pimpinan Cabang masing-masing
- 2) Coret yang tidak perlu
- 3) Sebutkan jumlah jabatannya manager tenaga ahli atau karyawan
- 4) Sebutkan jumlah jabatan tenaga ahli dan bidangnya

11d  
Nama dan jabatan  
Yang berhak mewakili perusahaan

**KOP SURAT  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

---

Nomor : Tempat, tanggal  
Lampiran :  
Perihal : Peringatan Kepada Yth.  
ke....Tentang .....  
Ketentuan Pelaksanaan .....  
Kegiatan Usaha di .....  
Waralaba .....

Sesuai dengan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) Nomor ..... tanggal ..... atas nama (perusahaan) ....., dan setelah diadakan pemeriksaan dan penelitan, bahwa perusahaan Saudara ternyata tidak memenuhi ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor.....tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan STPUW antara lain :

1. ....
2. ....

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami minta agar Saudara dalam waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak dikeluarkan surat ini, sudah memenuhi ketentuan kegiatan usaha Waralaba yang berlaku dan melaporkannya kepada kami pada kesempatan pertama.

Demikian, untuk menjadi perhatian Saudara.

**PEJABAT PENERBIT STPUW**

**KOP SURAT  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

---

**KEPUTUSAN  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

**NOMOR :**

**TENTANG  
PEMBERHENTIAN SEMENTARA STPUW**

**Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian dan pemeriksaan terhadap pelaksanaan kegiatan usaha perdagangan sebagaimana tercantum dalam STPUW Nomor ..... tanggal ..... atas nama ....., bergerak dalam kegiatan usaha.....yang beraiamat di ....., ternyata tidak memenuhi persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan sehingga STPUW yang bersangkutan perlu diberhentikan sementara;

**Mengingat** : 1. Bedrijfsreglementerings Ordonantie 1934 (Staatsblad 1938 Nomor 86);

2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1955 tentang Pengusutan, Penindakan dan Peradilan Tindak Pidana Ekonomi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1955 Nomor 27, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 801) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1964 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1964 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2692);

3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3214);

4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1 tahun 1957 tentang Penyaluran Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1957 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1144) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Pemerintah No. 53 Tahun 1957 (Lembaran

Negara Republik Indonesia Tahun 1957 Nomor 150, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 1467);

5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waraiaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3689);
6. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor ..../M-DAG/PER/.../2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waraiaba.

**Memperhatikan** : 1. ....  
2. ....

#### MEMUTUSKAN

**Menetapkan** :

**PERTAMA** : Memberhentikan sementara STPUW Nomor ..... tanggal ..... atas nama . ..... yang bergerak dalam kegiatan usaha Waraiaba.....yang berlokasi di....

**KEDUA** : Dengan diberhentikan sementara SIUP sebagaimana dimaksud pada Diktum PERTAMA, Perusahaan yang bersangkutan dilarang untuk melakukan kegiatan usaha Waraiaba..... terhitung sejak tanggal ditetapkannya pemberhentian sementara STPUW ini.

**KETIGA** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di  
pada tanggal \_\_\_\_\_

**PEJABAT PENERBIT STPUW**

**KOP SURAT  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

---

**KEPUTUSAN  
PEJABAT PENERBIT STPUW**

**NOMOR :**

**TENTANG  
PENCABUTAN STPUW**

**Menimbang** : bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan kegiatan usaha Waralaba sebagaimana tercantum dalam STPUW Nomor ..... tanggal ..... atas nama ..... beralamat di ....., ternyata tidak memenuhi persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan sehingga STPUW yang bersangkutan perlu dicabut.

**Mengingat** : 1. Bedrijfsreglementerings Ordonantie 1934 (Staatsblad. 1938 Nomor 86);  
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1955 tentang Pengusutan, Penindakan dan Peradilan Tindak Pidana Ekonomi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1955 Nomor 27, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 801) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1964 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1964 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2692);  
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3214);  
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1 tahun 1957 tentang Penyaluran Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1957 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1144) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Pemerintah No. 53 Tahun 1957 (Lembaran

Negara Republik Indonesia Tahun 1957 Nomor 150, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 1467);

5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3689;
6. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor ..../M-DAG/PER/.../2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Memperhatikan : 1. ....  
.....  
2. ....  
.....  
3. ....  
.....

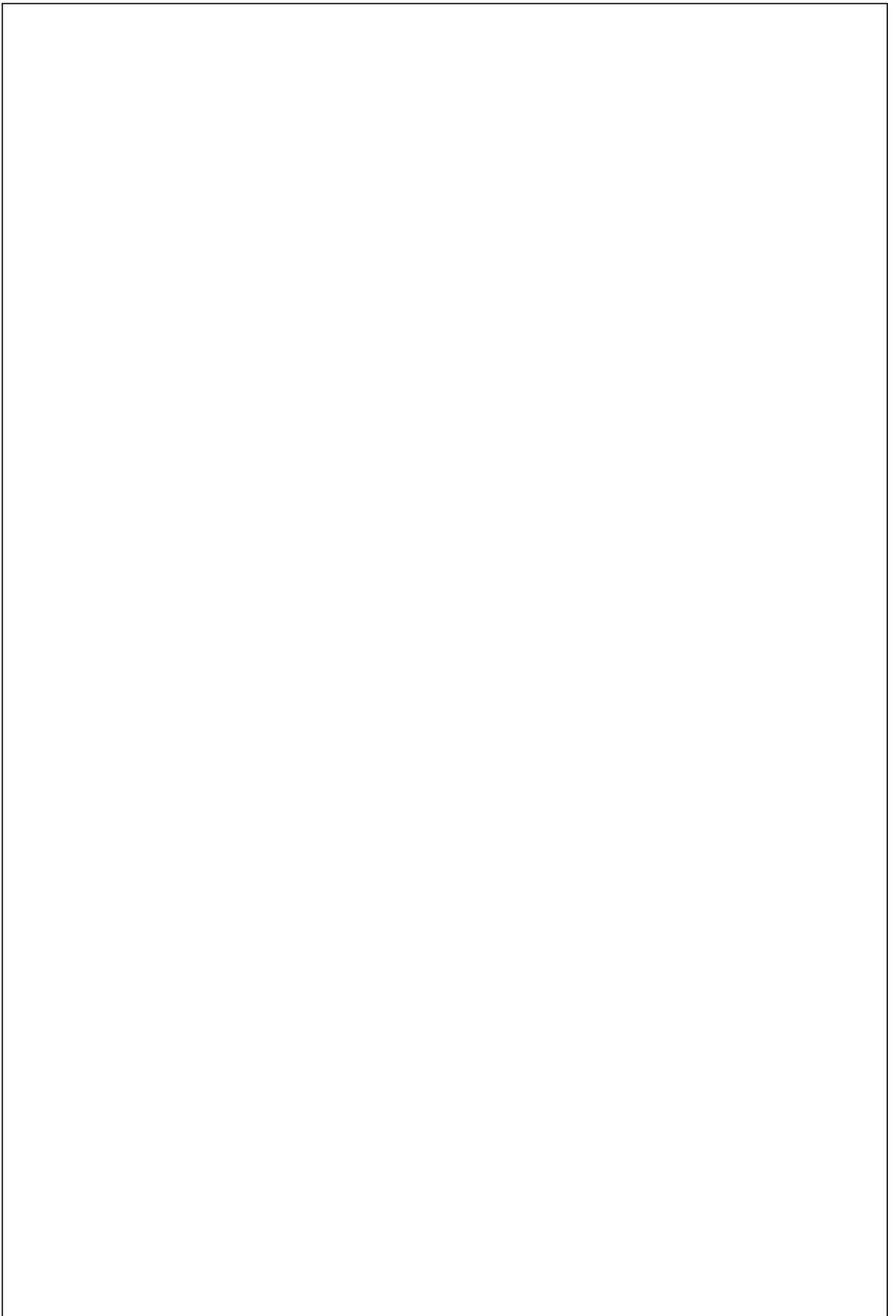
#### MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
- PERTAMA** : Mencabut STPUW Nomor ..... tanggal ..... atas nama ....., yang bergerak dalam kegiatan usaha Waralaba.....yang beralamat di .....
- KEDUA** : Dengan dicabutnya STPUW sebagaimana dimaksud pada Diktum PERTAMA, maka Perusahaan yang bersangkutan dilarang untuk melakukan kegiatan usaha Waralaba.
- KETIGA** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di  
pada tanggal \_\_\_\_\_

**PEJABAT PENERBIT STPUW**





# Tentang Penulis

## I. IDENTITAS DIRI

1.1	Nama Lengkap (dengan Gelar)	Putu Samawati, S.H.,M.H.
1.2	Tempat dan Tanggal Lahir	Palembang, 08 Maret 1980
1.3	Alamat Rumah	Jl. Tanjung Barangan Lrg.Temiyang X No.01 Rt.04 Rw.03 Kelurahan Bukit Baru Palembang Kode Pos 30139
1.4	Status Pernikahan	Sudah Menikah
1.5	Nama Suami	Budi Purwanto, S.Pi., M.P.
1.6	Pekerjaan Suami	Dosen Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya
1.7	Nama Anak	
	Anak Pertama	Nadhifa Faiha Hisanah
	Anak Kedua	Danesha Athaya Fazila
1.8	Alamat Kantor	Jl. Raya Palembang Prabumulih Km.32 Kampus Fakultas Hukum Zona D Universitas Sriwijaya Inderalaya Ogan Ilir Kode Pos 30662
1.9	No. Telp / Faks	0711-580063 / 0711-581179
1.10	Alamat email	putusamawati@yahoo.com putusawati_purwanto@yahoo.com putusamawati@fhunsri.ac.id
1.14	Mata Kuliah Yang Diam- puh	1. Hukum Perusahaan 2. Hukum Pajak 3. Hukum Perdata Internasional 4. Kapita Seleka Hukum Perdata 5. Hukum Perlindungan Konsumen 6. Hukum Perkawinan

## II. RIWAYAT PENDIDIKAN

2.1 Program	S-1	S-2
2.2 Nama PT	Universitas Sriwijaya	Universitas Indonesia
2.3 Bidang Ilmu	Ilmu Hukum	Hukum Ekonomi
2.4 Tahun Masuk	1997	2005
2.5 Tahun Lulus	2001	2007

II.6 Judul skripsi/ Tesis	Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Menyelesaikan Gugatan Konsumen	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perbankan Terhadap Kejahatan Pembobolan Bank
2.7 Nama Pembimbing	Amrullah Arpan, S.H.,S.U. Annalisa, S.H.,M.Hum.	Dr. Inosentius Samsu, S.H.,M.H.

### III. PENGALAMAN PENELITIAN

No	Tahun	Judul Penelitian	Sumber Pendanaan
1	2007	Analisis Kesetaraan Gender Dalam Raperda Tentang Hak-Hak Dasar Wanita Dalam Kesehatan Reproduksi Di Provinsi Sumatera Selatan untuk Menunjang Indonesia Sehat 2010	Ford Foundation/ICBI Tahun 2007
2	2008	Analisis Online Dispute Resolution (ADR) Arbitrase di Indonesia Menurut UU No.30 Thn 1999.	Sateks DIPA-Unsri Tahun 2008
3	2009	Pelaksanaan One Stop Service (OSS) Dalam Meningkatkan Kegiatan Investasi di Sumatera Selatan Ditinjau Dari Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal,	Sateks DIPA-Unsri Tahun 2009
4	2009	Profil Statistik dan Indikator Gender Universitas Sriwijaya,	Sateks DIPA-Unsri Tahun 2009
5	2010	Pengaruh Hukum Amerika Terhadap Perkembangan Hukum Pembangunan Indonesia: Kajian Terhadap Antitrust Law of America dengan Undang-undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	Sateks DIPA-Unsri Tahun 2010
6	2010	Peran LSM Women Crisis Center (WCC) Sebagai Mediator dalam Upaya Menekan Jumlah Gugat Cerai di Kota Palembang	Hibah Kompetitif DIPA FH-Unsri Tahun 2010
7	2011	Dimensi Hukum dalam Persaingan Usaha Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia	Sateks DIPA-Unsri Tahun 2011
8	2011	Keberadaan Klausul Arbitrase Dalam Proses Penyelesaian Kepailitan	Hibah Kompetitif DIPA FH-Unsri Tahun 2011
9	2012	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penguatan Lembaga Lokal Dalam membantu Kinerja Pemerintah Daerah Menegakkan Hukum Lingkungan	Hibah Kompetitif DIPA FH-Unsri Tahun 2012

No	Tahun	Judul Penelitian	Sumber Pendanaan
10	2013	Perlindungan Hukum Terhadap Kuliner Berciri Kekhasan Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba Tahun Pertama	Hibah Bersaing Dikti Tahun 2013
11	2013	Keberlakuan Patrialisme Terhadap meningkatnya Jumlah Gugat Cerai di Kota Palembang	Hibah Fundamental Dikti Tahun 2013
12	2014	Perlindungan Hukum Terhadap Kuliner Berciri Kekhasan Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba Tahun Kedua	Hibah Bersaing Dikti Tahun 2014
13	2014	Hukum Paten Sebagai Sarana Pengintegrasian Sosial (Kajian Terhadap Perlindungan Hukum Inovasi Berbasis Teknologi Asli Untuk Terwujudnya Integrasi Sosial Pada Masyarakat Lokal di Provinsi Sumatera Selatan)	Hibah Bersaing Dikti Tahun 2014

#### IV. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No	Tahun	Judul Pengabdian Pada Masyarakat	Sumber Pendanaan
1	2008	Penyuluhan Hukum Tentang Peranan Penyelenggara Biro Jasa Perjalanan (Travel Agent) Dalam melindungi Hak Konsumen Menurut UU No.8 Thn 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Mandiri
2	2008	Penyuluhan Hukum tentang Hak-Hak dasar Wanita Dalam Kesehatan Reproduksi di Provinsi Sumatera Selatan Menurut UU Kesehatan RI	Mandiri
3	2008	Peningkatan Pemahaman Terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) pada SMK dan SMA di Inderalaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir	Penerapan Ipteks DIPA Unsri Tahun 2008
4	2009	Penyuluhan Hukum Tentang Lembaga Fidusia Berdasarkan Undang-Undang No. 42 Tahun 1999 di desa Sritanjung Kecamatan Tanjung Batu	Penerapan Ipteks DIPA Unsri Tahun 2009
5	2009	Penyuluhan Hukum tentang Peningkatan Pemahaman Terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) pada guru sekolah Menengah Atas dan Kejuruan di Inderalaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir	Penerapan Ipteks DIPA Unsri Tahun 2009

No	Tahun	Judul Pengabdian Pada Masyarakat	Sumber Pendanaan
6	2009	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Dari Mengonsumsi Makanan dan Minuman Kemasan Yang Tidak Memenuhi Standar Produksi di Kelurahan Kenanga dan Batu Urip Kecamatan Lubuk Linggau Utara II	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2009
7	2010	Penyuluhan Hukum tentang "Kesalahpahaman Pandangan Tentang Pertanggungjawaban dalam Perbaikan Gizi Bagi Peningkatah Kulaitas Sumber Daya Manusia di desa Tanjung Sejaro Kecamatan Inderalaya kabupaten Ogan Ilir	Penerapan Ipteks DIPA Unsri Tahun 2010
8	2010	Penyuluhan Hukum tentang "Perlindungan Terhadap Hak-hak dasar Wanita dalam kesehatan Reproduksi di Kelurahan Kayuara dan Kelurahan Serasan Jaya Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2010
9	2010	Penyuluhan Hukum tentang "Upaya Hukum bagi Konsumen Pengguna/Pemanfaat Kosmetik yang Mengalami Kerugian di Desa Sungai Kedukan dan Desa Sungai Dua Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2010
10	2011	Penyuluhan Hukum tentang "Larangan Penggunaan Formalin Sebagai Pelaksanaan Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam Produksi Olahan Hasil-hasil Perikanan di desa Sungsang Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin"	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2011
11	2011	Penyuluhan Hukum tentang "Membangun Kesadaran Hukum tentang Penghapusan Tindak Kekerasan dalam Rumah Tangga di Kelurahan Eka Marga Kecamatan Lubuk Linggau Selatan II Kota Lubuk Linggau"	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2011
12	2012	Penyuluhan Hukum tentang "Permasalahan Pembagian Hak dan Kewajiban Rumah Tangga Terhadap Pengurusan Anak Menurut Undang-undang No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan di Kelurahan Kemelak Bindung Langit, Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu"	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2012
13	2012	Penyuluhan Hukum tentang "IbM Penguatan Fungsi Kantor Kepala Desa Sungsang I dan Sungsang III dalam Menyelesaikan Konflik Hukum Keluarga"	Hibah Unsri Dikti Tahun 2012

No	Tahun	Judul Pengabdian Pada Masyarakat	Sumber Pendanaan
14	2013	Peningkatan Pemahaman Masyarakat Tentang Penyalahgunaan Narkotika Di Fakultas Hukum Universitas Bangka Belitung Propinsi Kepulauan Bangka Belitung	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2013
15	2014	Penyuluhan Hukum Tentang Mewujudkan Konsumen Cerdas Menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Desa Tanjung Serian Kecamatan Muara Enim	Hibah DIPA FH-Unsri Tahun 2014

## V. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Jumlah Halaman	Penerbit
1	2009	Tanggung Jawab Bank terhadap Kerugian yang diderita Nasabah Selaku Konsumen Akibat Kelalaian Bank	175	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.40 Tahun XIV September 2009. ISSN No. 14110-0614
2	2010	Keberlakuan Teory Dependency Terhadap Perkembangan Hukum dan Perkembangan Ekonomi di Indonesia.	271	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.41 Tahun XV Januari 2010. ISSN No. 14110-0614
3	2010	Kajian Hukum Kontrak Internasional dan Nasional Indonesia Terhadap Letter of Intent (Loi) Sebagai Pre-contractual Liability.	271	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.41 Tahun XV Januari 2010. ISSN No. 14110-0614
4	2010	Tindakan Kekerasan Dalam Rumah Tangga Sebagai Dasar Pemicu Terjadinya Perceraian.	261	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.42 Tahun XV Mei 2010. ISSN No. 14110-0614
5	2010	Perlindungan Hukum Terhadap Merek-merek Terkenal Asing Maupun Lokal: Ditinjau dari Undang-Undang No.15 Tahun 2001 Tentang Merek.	287	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.43 Tahun XV September 2010. ISSN No. 14110-0614

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Jumlah Halaman	Penerbit
6	2010	Penertiban Hukum Perizinan dalam Rangka Pengembangan Bisnis Waralaba di Indonesia.	141	Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan, Volume. 1 Nomor: 1 Mei-Septemembr 2010, ISSN: 2086-809X
7	2011	The Analisis Of Gender Equity In South Sumatera Government Regulation On Reproductive Healthy To Support Sumsel Healthy Program 2010	205	Jurnal JIPSWARI No.1 Vol I, ISSN No 2087-8966
8	2011	Keberlakuan Antitr <sup>30</sup> Law of America Terhadap Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	175	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.44 Tahun XVI Januari 2011. ISSN No. 14110-0614
9	2011	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Dari Mengonsumsi Makanan dan Minuman Kemasan Yag Tidak Memenuhi Standar Produksi	127	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.45 Tahun XVI Mei 2011. ISSN No. 14110-0614
10	2012	Larangan Praktik Monopoli Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen	132	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.47 Tahun XVII Januari 2012. ISSN No.141100614
11	2012	Perlindungan Hukum Terhadap Anak yang Orang <sup>31</sup> nya Cerai Berdasarkan Undang-undang No.1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan dan Hukum 5 Agama di Indonesia <sup>6</sup>	133	Jipswari Volume III No.1 Tahun 2012. ISSN No.20878966
12	2012	Korelasi Undang-undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Hal Pelaksanaan Penertiban Perniagaan yang Melindungi Konsumen di Indonesia	138	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.48 Tahun XVIII, Mei 2012. ISSN No.141100614

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Jumlah Halaman	Penerbit
13	2012	Penyelesaian Perkara Kepailitan yang dalam Perjanjian Para Pihak Memuat Klausul Arbitrase	135	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.49 Tahun XiX, September 2012. ISSN No.141100614
14	2013	Konsep Perspektif Gender dalam Pelaksanaan Pendidikan Hukum Keluarga Indonesia	157	Jurnal FH-Unsri Simbur Cahaya No.50 Tahun XIX, September 2012. ISSN No.141100614
15	2014	Dasar Pemikiran Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Kuliner Tradisional Sumatera Selatan Melalui Sistem Waralaba	329	Jurnal Hukum Bisnis Volume 33 No.03 Tahun 2014, Akreditasi Jurnal Ilmiah SK No.040/P/2014, ISSN :2301-9190
16	2014	Muatan Perlindungan Hukum Pengembangan Usaha Kuliner Tradisional Sumatera Selatan Melalui Waralaba Oleh Pemerintah Daerah	1364	Prosiding Senari: Seminar Nasional Inovatif Ke-2 Tahun 2014, Lembaga Pendidikan Universitas Ganesha, ISSN 2339-1553

## VI. PENGALAMAN PENULISAN BUKU

No	Tahun	Judul Buku	Jumlah Halaman	Penerbit
1	2006	Hukum Perkawinan Indonesia Sebagai Penulis	237	PT. Rambang ISBN 979-24-3704-5
2	2009	Hukum Paten: Analisis Paten Dalam Perspektif Filsafat, Teori, dan Dogmatik Hukum Nasional dan Internasional Sebagai Editor	239	CV. Tunggal Mandiri Publisihing ISBN 978-602-95201-7-0
3	2012	Hukum Ekonomi Internasional Sebagai Editor	186	PT. Fikahati Aneska Jakarta ISBN 978-979-8231-97-1
4	2012	Hukum Dalam Pembangunan di Indonesia: Kompilasi Penelitian Dosen Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Tahun 2011 Sebagai Editor	472	CV. Tunggal Mandiri Publishing ISBN 978-602-8878-12-8



No	Tahun	Judul Buku	Jumlah Halaman	Penerbit
5	2014	Prosiding Hukum dalam Kebijakan Pembangunan di Indonesia: Kumpulan Penelitian Peneliti Ilmu Hukum Tahun 2013 Sebagai Editor	452	CV. Tunggal Mandiri Publishing ISBN 978-602-8878-94-4
6	2014	Pengaruh Budaya Patriarki Terhadap Perceraian: Kajian pada Pengadilan Agama Kelas IA Palembang Sebagai Penulis	187	CV. Tunggal Mandiri Publishing ISBN 978-602-8878-37-1

## VII. PENGALAMAN MERUMUSKAN KEBIJAKAN PUBLIK/ REKAYASA SOSIAL LAINNYA

No	Tahun	Judul /Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	2010	Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Sumatera Selatan tentang Ikatan Dinas, Izin Belajar dan Tugas Belajar	Sumatera Selatan	Baik
2	2011	Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Sumatera Selatan tentang Retribusi Tertentu	Sumatera Selatan	Baik
3	2012	Menyusun Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin tentang Penyelenggaraan Perlindungan Hukum Terhadap Korban Kekerasan dalam Rumah Tangga	Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan	Baik

# Persoalan Hukum dalam Pengembangan Bisnis Waralaba Kuliner: Kajian Terhadap Perkembangan Waralaba Kuliner Asing Versus Waralaba Kuliner Tradisional

## ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://ar.scribd.com">ar.scribd.com</a> Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
3	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="https://www.philipjusuf.com">www.philipjusuf.com</a> Internet Source	1%
5	Submitted to CSU, San Diego State University Student Paper	<1%
6	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Internet Source	<1%
7	<a href="https://fr.scribd.com">fr.scribd.com</a> Internet Source	<1%
8	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
9	<a href="https://de.scribd.com">de.scribd.com</a> Internet Source	<1%
10	<a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1%
11	<a href="https://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	<1%
12	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1%

13	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
14	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
15	sukristiawan.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %
17	Sri Retno Widyorini. "PENGARUH PERKEMBANGAN WARALABA USAHA MINIMARKET TERHADAP PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL", SPEKTRUM HUKUM, 2019 Publication	<1 %
18	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	<1 %
19	Submitted to Purdue University Student Paper	<1 %
20	Sudjana Sudjana. "Progresivitas Pelindungan Terhadap Pencipta dalam Mendorong Ekonomi Kreatif di Indonesia", Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum, 2020 Publication	<1 %
21	id.scribd.com Internet Source	<1 %
22	Henry Donald. "Penyelesaian Sengketa Hak Kekayaan Intelektual Melalui Acara Cepat", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2017 Publication	<1 %
23	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %

- |    |   |      |
|----|---|------|
| 24 | Amelia Fauzia. "Faith and the State", Brill, 2013<br>Publication  | <1 % |
| 25 | Tomy Pasca Rifai. "KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN", FIAT JUSTISIA:Jurnal Ilmu Hukum, 2017<br>Publication           | <1 % |
| 26 | <a href="http://indrade.fi.wordpress.com">indrade.fi.wordpress.com</a><br>Internet Source   | <1 % |
| 27 | Dwi Atmoko. "PELAKSANAAN PERJANJIAN SERTA PERLINDUNGAN HUKUM PRAKTEK BISNIS WARALABA DI INDONESIA", KRTHA BHAYANGKARA, 2019<br>Publication  | <1 % |
| 28 | Submitted to Lambung Mangkurat University<br>Student Paper  | <1 % |
| 29 | Yudhitiya Dyah Sukmadewi. "PENDAFTARAN MEREK ASOSIASI SEBAGAI MEREK KOLEKTIF (KAJIAN TERHADAP ASOSIASI RAJUT INDONESIA WILAYAH JAWA TENGAH)", Jurnal Ius Constituendum, 2017<br>Publication                   | <1 % |
| 30 | Tini Kartini. "THE EFFECT OF COMPETITION BETWEEN INDOMARET AND ALFAMART TOWARD THE EXISTENCE OF TRADITIONAL TRADERS BASED ON THE LAW OF BUSINESS COMPETITON PERSPECTIVE", DE'RECHTSSTAAT, 2018<br>Publication | <1 % |
| 31 | Puji Sulistyaningsih, Heniyatun Heniyatun, Heni Hendrawati. "Sistem Bagi Hasil Dalam  | <1 % |

# Perjanjian Waralaba ("Franchise") Perspektif Hukum Islam", Jurnal Hukum Novelty, 2017

Publication

---

32

Noor Fatimah Mediawati, Rifqi Ridlo Phahlevy. "The Importance of Employment Contract for Umsida Quality Employees Improvement", Rechtsidee, 2015

Publication

---

<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On