

ABSTRAK

Bisnis Waralaba merupakan model bisnis yang saat ini berkembang di masyarakat, namun tidak semua pelaku bisnis memahami benar mengenai esensi dari model bisnis waralaba tersebut. Kegamangan para pelaku bisnis yang mengidentifikasi dirinya sebagai pelaku usaha waralaba sangat berpotensi menyebabkan terjadinya ketidakidealan dalam menjalankan usaha yang dipromosikannya tersebut, yakni dalam hal ketidaksesuaian terhadap aturan positif yang berlaku di Indonesia.

Pengaturan bisnis waralaba di Indonesia pada saat ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Fakta bahwa pengaturan mengenai waralaba belum diatur dalam sebuah peraturan di tingkat undang-undang, menyebabkan penegakan peraturan terkait penyelenggaraan bisnis waralaba tersebut masih berada pada tingkat administrasi saja, sehingga menjadi kurang tegas dalam hal terjadi pelanggaran oleh pelaku bisnis waralaba, baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba.

Tesis ini mencoba mengulas mengenai aturan-aturan hukum mengenai perjanjian bisnis berbentuk waralaba di Indonesia, baik berdasarkan sejarah lahirnya model bisnis tersebut hingga praktek pelanggaran-pelanggaran yang kerap terjadi dalam bisnis waralaba maupun pelaku bisnis yang mengatasnamakan dirinya sebagai pelaku bisnis waralaba. Tesis ini juga akan menampilkan satu contoh putusan pengadilan perdata yang telah berkekuatan hukum tetap terkait suatu kerjasama mitra usaha yang berasal dari sebuah bayang-bayang kerjasama waralaba, serta membandingkan konsep perjanjian waralaba dengan perjanjian kerjasama usaha lainnya yang eksis di Indonesia.

Diharapkan, tesis ini memberikan masukan terhadap para pelaku bisnis waralaba dan pembuat peraturan di Indonesia, agar semakin memahami bisnis waralaba dan kedepannya dapat dibuat peraturan yang lebih komprehensif dalam hal melindungi para pelaku bisnis waralaba sehingga semakin mendorong eksistensi lembaga waralaba di Indonesia.

Kata kunci: Waralaba, Perjanjian, Peraturan.

ABSTRACT

Franchising is a business model that currently developing in the society, but not all businessmen comprehensively understands the character of the franchise business model. The bias understanding of the businessmen whom identify themselves as a franchise practitioner' is potentially causing a non-compliance business process in related to the positive-laws in Indonesia.

Franchising in Indonesia are currently regulated by the Government Regulation Number 42 Year of 2007 concerning to the Franchising (Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba) and Minister of Trade Regulation Number 71 Year of 2019 concerning to the Franchising Implementation (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba). The fact that the regulation regarding to the franchising business model has not been regulated by a regulation at the statutory level, is impacting to a limited law-enforcement of the franchising regulations is to still be at the administrative level, so that it become less firm to impose in the event of violation either by the franchisor and the franchisee.

This thesis tries to analyze the regulation regarding a business agreement in a franchising model, from the historical perspective of the birth of franchising in Indonesia to the violations that often occurs in the practices of franchising and businessmen whom unlawfully declaring themselves as a franchise practitioners'. This thesis will also present an example of court verdict that legally enforceable regarding an agreement raises from the misapprehension of a franchising, and comparing the concept of franchise agreement with various business cooperation models that exist in Indonesia.

It is hoped that this thesis will resulting a positive outcome for franchise practitioners' and legislators in Indonesia to have a better understanding in regards to the franchise practices, and embrace for an upcoming stronger regulation to be compel in terms of protecting franchise practitioners' and to enhance the existence of franchise concept in Indonesia.

Keywords: Franchise, Agreement, Regulation.