

**PERLINDUNGAN HUKUM DALAM SISTEM WARALABA DI INDONESIA:
ANALISIS TERHADAP HUBUNGAN FRANCHISOR DAN FRANCHISE**

Kusmarini¹, Ega Aprilianti², Fadilla Ulfah³, Sudawan Supriadi⁴, Fachruddiansyah Muslim⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Jambi

kusmarini954@gmail.com¹, egaaprianti00@gmail.com², fadillaulfah@unja.ac.id³,
sudawan.supriadi@unja.ac.id⁴, fachruddiansyah.muslim@unja.ac.id⁵

ABSTRACT; *The franchise business in Indonesia has experienced significant growth and has become one of the preferred business partnership models among entrepreneurs. However, in practice, the relationship between franchisors and franchisees does not always operate in a balanced manner due to various legal issues, particularly those related to unequal bargaining positions within franchise agreements. This study aims to examine the forms of legal protection within the franchise system in Indonesia and to analyze the implementation of the principles of justice, balance, and legal certainty in the legal relationship between franchisors and franchisees. The research applies a qualitative method using a literature study approach by reviewing various written sources such as books, scientific journals, and legal regulations related to contract law and franchising. The findings indicate that franchise agreements are generally drafted as standard contracts by franchisors, which often places franchisees in a weaker negotiating position. This situation may lead to several disputes, including breach of contract, unilateral termination of agreements, and the failure of one party to fulfill its obligations. Therefore, effective legal protection, both preventive and repressive, is necessary to establish fair and balanced business relationships and to ensure legal certainty for all parties involved in franchise business practices in Indonesia.*

Keywords: *Legal Protection, Franchise, Business Agreement, Franchisor, Franchisee.*

ABSTRAK; Perkembangan usaha waralaba di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat dan menjadi salah satu alternatif model kerja sama bisnis yang banyak dipilih oleh pelaku usaha. Dalam pelaksanaannya, hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) tidak selalu berjalan secara seimbang karena sering muncul berbagai permasalahan hukum, terutama terkait dengan perbedaan posisi tawar dalam perjanjian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk perlindungan hukum dalam sistem waralaba di Indonesia serta menelaah penerapan prinsip keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum dalam hubungan hukum antar pihak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur melalui penelaahan berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hukum perjanjian dan waralaba. Hasil kajian menunjukkan bahwa dalam praktiknya perjanjian waralaba sering disusun dalam bentuk kontrak

baku oleh franchisor sehingga menyebabkan posisi *franchisee* menjadi lebih lemah dalam proses negosiasi. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai sengketa, seperti wanprestasi, penghentian kerja sama secara sepihak, maupun tidak terpenuhinya kewajiban salah satu pihak. Oleh karena itu, diperlukan adanya perlindungan hukum yang efektif, baik secara preventif maupun represif, guna menciptakan hubungan usaha yang lebih adil, seimbang, dan memberikan kepastian hukum bagi para pihak dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Waralaba, Perjanjian Bisnis, *Franchisor*, *Franchisee*.

PENDAHULUAN

Dunia usaha memegang peranan strategis dalam menunjang pembangunan ekonomi suatu negara. Perkembangan dunia usaha tidak hanya berperan dalam meningkatkan penerimaan negara, tetapi juga menciptakan kesempatan kerja serta memperluas distribusi kesejahteraan di tengah masyarakat. Di tengah arus globalisasi dan ketatnya persaingan pasar, para pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan berbagai model bisnis yang lebih efektif, produktif, dan berkelanjutan. Hubungan bisnis mengalami perubahan yang signifikan. Modernisasi sistem distribusi, peningkatan mobilitas modal, serta pengaruh globalisasi telah melahirkan berbagai bentuk kerja sama usaha yang semakin kompleks. Di Indonesia, fenomena ini terlihat dari semakin beragamnya model kemitraan yang digunakan pelaku usaha untuk memperluas jaringan dan memperkuat daya saing. Franchise merupakan salah satu model kerja sama bisnis yang memungkinkan pemilik usaha memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan merek, sistem operasional, serta konsep bisnis yang telah terbukti berhasil di pasar. Sistem ini memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis dengan risiko yang relatif lebih kecil karena franchisee dapat mengikuti standar operasional yang telah ditetapkan oleh franchisor. Selain itu, franchise juga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak karena franchisor dapat memperluas jaringan bisnisnya, sementara franchisee memperoleh dukungan sistem usaha yang telah mapan (Sudjanto & Djajaputra, 2024).

Dalam setiap hubungan kemitraan tersebut, perjanjian menjadi dasar utama yang mengikat para pihak. Hukum perjanjian memberikan kebebasan kepada para pihak untuk menentukan isi dan bentuk kontrak sesuai dengan kesepakatan bersama. Dalam perspektif hukum bisnis, kegiatan franchise tidak terlepas dari adanya hubungan hukum yang diatur melalui suatu perjanjian antara franchisor dan franchisee. Perjanjian tersebut menjadi dasar

utama yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam menjalankan kerja sama usaha. Oleh karena itu, aspek hukum perjanjian merupakan unsur yang paling penting dalam bisnis franchise karena setiap kesepakatan yang dibuat secara sah akan mengikat para pihak sebagaimana ketentuan prinsip kebebasan berkontrak dalam hukum perdata (Albanjar, 2018). Namun, kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak, karena tetap harus memperhatikan prinsip keseimbangan, itikad baik, serta perlindungan Terhadap pihak yang secara ekonomi berada pada posisi lebih lemah. Tanpa pengaturan yang proporsional, hubungan kontraktual dapat menimbulkan ketimpangan yang berujung pada sengketa. Sebuah kontrak atau perjanjian dinyatakan sah apabila memenuhi unsur-unsur yang ditetapkan, yakni adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk bertindak, objek yang jelas, serta sebab yang tidak bertentangan dengan hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. apabila keempat ketentuan tersebut terpenuhi, perjanjian tersebut memiliki kekuatan hukum dan mengikat pihak-pihak yang menyusunnya. Persoalan hukum umumnya muncul pada tahap sebelum perjanjian dinyatakan sah dan mengikat, yaitu ketika proses negosiasi atau perundingan masih berlangsung (Napitu dkk. 2019).

Salah satu bentuk kerja sama usaha yang berkembang pesat dalam praktik bisnis modern adalah sistem waralaba (*franchise*). Sistem ini menjadi pilihan strategis karena menawarkan pola usaha yang relatif siap pakai, lengkap dengan standar operasional, manajemen, serta dukungan pemasaran. Di berbagai kota besar hingga daerah berkembang di Indonesia, model ini semakin diminati karena dianggap mampu meminimalkan risiko kegagalan usaha. Model bisnis waralaba atau *franchise* merupakan salah satu bentuk usaha yang banyak diterapkan di Indonesia. Pada dasarnya, perjanjian waralaba adalah kesepakatan antara pemberi waralaba (*franchisor*) yang memberikan hak eksklusif kepada penerima waralaba (*franchise*) untuk mengelola dan menjalankan usaha yang telah terbukti berhasil, dengan imbalan sejumlah pembayaran tertentu. Dari sisi hukum, keberadaan model bisnis ini telah diakui di Indonesia sejak tahun 1997 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang selanjutnya diperbarui dan digantikan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Gerry dkk. 2024).

Salah satu model kerja sama usaha yang berkembang pesat dalam praktik bisnis modern adalah sistem waralaba *franchise*. Sistem waralaba merupakan bentuk kerja sama bisnis antara pemberi waralaba *franchisor* dan penerima waralaba *franchise*, dimana franchisor memberikan hak kepada franchise untuk menjalankan usaha dengan menggunakan merek dagang, sistem

operasional, serta standar manajemen yang telah ditetapkan oleh franchisor. Model bisnis ini dianggap lebih praktis karena franchisee dapat menjalankan usaha dengan sistem yang telah teruji dan memiliki dukungan dari pemilik merek.

Perkembangan bisnis waralaba di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan yang diberitakan oleh Antara News Mendag: Omzet bisnis waralaba capai Rp143,25 triliun pada 2024 industri waralaba di Indonesia pada tahun 2024 mampu menghasilkan omzet sekitar Rp143,25 triliun serta menyerap sekitar 97.872 tenaga kerja di berbagai sektor usaha. Selain itu, tercatat terdapat 157 pemberi waralaba dalam negeri dan 154 pemberi waralaba luar negeri yang telah terdaftar secara resmi di Indonesia.

Berdasarkan laporan United States Department of Agriculture (USDA) berjudul *Indonesia: Food Service–Hotel Restaurant Institutional* edisi Oktober 2023 menyebutkan bahwa, berdasarkan data yang dihimpun dari Euromonitor, jumlah gerai Kopi Janji Jiwa di Indonesia tercatat mencapai sekitar 1.100 unit pada tahun 2022. Perkembangan bisnis franchise di Indonesia menunjukkan Pertumbuhan yang sangat pesat, terutama pada sektor food and beverage (F&B). hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya merek makanan dan minuman yang memperluas jangkauan bisnisnya dengan membuka cabang di berbagai wilayah melalui sistem kemitraan waralaba. Tidak hanya didominasi oleh merek internasional, berbagai merek lokal juga mampu berkembang dengan pesat dan bersaing di pasar nasional, sehingga menjadikan industri waralaba di bidang F&B sebagai salah satu sektor bisnis yang terus berkembang di Indonesia. Berikut jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia pada 2022.



Gambar 1. Jumlah gerai terbanyak di indonesia 2022. (Sumber: databooks oleh Nabilah Muhamad 2023)

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum dalam perjanjian *franchise* (waralaba) serta mengkaji penerapan prinsip keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum dalam hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam praktik bisnis di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang berfokus pada pengkajian sumber-sumber tertulis yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep perlindungan hukum bagi franchise dalam perjanjian waralaba di Indonesia, melalui analisis terhadap teori, asas hukum, dan praktik yang berkembang dalam dunia usaha.

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan mengkaji berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan hukum perjanjian dan sistem waralaba. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan cara menguraikan, membandingkan, dan menginterpretasikan isi literatur tersebut guna menarik kesimpulan yang sistematis dan argumentatif mengenai bentuk serta efektivitas perlindungan hukum terhadap franchise dalam praktik perjanjian waralaba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Ketidakseimbangan Kedudukan Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba merupakan salah satu bentuk hubungan hukum dalam kegiatan bisnis modern yang didasarkan pada kesepakatan antara para pihak, yaitu *franchisor* sebagai pemberi waralaba dan *franchise* sebagai penerima waralaba. Dalam perspektif hukum perjanjian, hubungan ini tidak hanya dipahami sebagai kesepakatan biasa, melainkan sebagai suatu perikatan yang memiliki kekuatan mengikat secara hukum dan menimbulkan konsekuensi yang harus dipatuhi oleh para pihak. Oleh karena itu, setiap klausula yang tercantum dalam perjanjian waralaba wajib dilaksanakan dengan itikad baik, sebagaimana prinsip umum dalam hukum perjanjian. Pelanggaran terhadap isi perjanjian dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi yang berimplikasi pada kewajiban untuk memberikan ganti rugi. Dalam kondisi tertentu, tindakan seperti pemutusan hubungan secara sepihak tanpa dasar yang sah dapat dianggap sebagai perbuatan melawan hukum yang merugikan pihak lain (Christian, 2023). Perjanjian waralaba memiliki fungsi strategis sebagai instrumen hukum yang memberikan perlindungan dan dukungan bagi pemilik usaha.

Dalam praktiknya hubungan hukum dalam perjanjian waralaba tidak selalu berjalan secara ideal. Salah satu permasalahan utama yang sering muncul adalah adanya ketidakseimbangan posisi antara *franchisor* dan *franchise*. *Franchisor* umumnya memiliki kedudukan yang lebih kuat karena menguasai berbagai aspek penting dalam bisnis, seperti merek dagang, sistem operasional, standar mutu, serta manajemen usaha yang telah teruji. Selain itu, perjanjian waralaba pada umumnya disusun dalam bentuk perjanjian baku (*standard contract*) yang ditetapkan secara sepihak oleh *franchisor*. Kondisi ini menyebabkan *franchise* tidak memiliki ruang yang cukup untuk melakukan negosiasi terhadap isi perjanjian, sehingga hanya berada pada posisi menerima atau menolak ketentuan yang telah dibuat. Ketimpangan kekuatan tawar menawar ini mencerminkan adanya hubungan yang tidak seimbang dan berpotensi menimbulkan ketidakadilan, terutama bagi pihak *franchise* yang secara ekonomi dan informasi berada pada posisi yang lebih lemah (Siswanto dkk. 2025). Dalam situasi seperti ini, franchisee seringkali menghadapi risiko yang lebih besar dalam pelaksanaan perjanjian.

Ketidakseimbangan tersebut juga berdampak pada tingkat pemahaman *franchise* terhadap isi perjanjian yang disepakati. Tidak jarang *franchise* menandatangani perjanjian tanpa memahami secara menyeluruh hak dan kewajiban yang melekat di dalamnya. Hal ini dapat menyebabkan munculnya berbagai permasalahan di kemudian hari, terutama ketika terjadi sengketa antara para pihak. Oleh karena itu, transparansi dan keterbukaan informasi dalam proses perjanjian menjadi hal yang sangat penting untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman dan konflik hukum.

Sehubungan dengan kondisi tersebut, perlindungan hukum terhadap *franchise* menjadi sangat diperlukan untuk menciptakan keseimbangan dalam hubungan kontraktual. Perlindungan hukum ini pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dengan cara mengatur secara jelas hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian, serta memastikan adanya keseimbangan dalam klausula kontrak. Sementara itu, perlindungan represif diberikan dalam bentuk penyelesaian sengketa melalui jalur hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap perjanjian. Dalam hal ini, *franchise* yang dirugikan memiliki hak untuk menuntut ganti rugi berdasarkan wanprestasi apabila *franchisor* tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan yang telah diperjanjikan (Siswanto dkk. 2025). Dengan adanya perlindungan hukum tersebut, diharapkan hubungan antara *franchisor* dan *franchise* dapat berjalan secara lebih adil dan proporsional.

B. Permasalahan Perlindungan Hukum bagi Franchise dalam Praktik Waralaba

Permasalahan lain yang sering terjadi dalam praktik perjanjian waralaba adalah adanya tindakan pemutusan hubungan secara sepihak oleh *franchisor*. Tindakan ini sering kali menimbulkan kerugian yang signifikan bagi *franchise*, mengingat adanya investasi yang telah dikeluarkan, baik dalam bentuk modal, waktu, maupun tenaga untuk menjalankan usaha. Dalam perspektif hukum, pemutusan perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak kecuali telah mematuhi syarat-syarat tertentu yang telah digunakan dalam sebuah kontrak. Apabila pemutusan dilakukan tanpa dasar yang sah, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk menuntut ganti rugi. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap *franchise* tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memiliki dasar normatif yang kuat dalam sistem hukum yang berlaku (Rama dkk. 2021).

Menurut Sirait & Sitanggang (2024) Pemutusan kontrak dalam hubungan waralaba sering kali menimbulkan potensi persoalan hukum apabila para pihak tidak bertindak secara hati-hati dan bijaksana dalam menyelesaikannya. Dalam perjanjian waralaba umumnya telah ditentukan jangka waktu kerja sama serta ketentuan mengenai kemungkinan perpanjangan kontrak setelah masa berlaku berakhir. Selain itu, di dalam perjanjian biasanya dicantumkan berbagai persyaratan, salah satunya ketentuan bahwa franchisee tidak diperkenankan menjalankan usaha yang bersaing dalam jangka waktu tertentu setelah berakhirnya hubungan waralaba. Terdapat pula ketentuan mengenai kondisi kegagalan, misalnya apabila franchisee mengalami kebangkrutan atau tidak memenuhi kewajiban pembayaran royalti kepada franchisor, yang dapat dijadikan dasar untuk melakukan pemutusan perjanjian (Abdulkadir Muhammad).

Pada umumnya, perjanjian waralaba memuat beberapa hal pokok (Adrian Sutedi, 2008), yaitu:

- a. Hak-hak yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee.
- b. Kewajiban franchisee sebagai konsekuensi atas hak yang diterima serta dukungan kegiatan yang diberikan franchisor sejak usaha mulai dijalankan hingga selama menjadi bagian dari sistem waralaba.
- c. Ketentuan yang berkaitan dengan kemungkinan pengalihan atau penjualan hak franchisee kepada pihak lain.
- d. Ketentuan mengenai pengakhiran hubungan kerja sama antara para pihak.

Ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam hukum pada dasarnya merupakan norma umum (*das sollen*) yang wajib dipatuhi oleh kedua belah pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Namun dalam praktiknya, tidak jarang terjadi perbedaan antara ketentuan normatif tersebut dengan kenyataan yang terjadi (*das sein*), sehingga menimbulkan berbagai permasalahan dalam hubungan hukum waralaba.

Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dwiyoga & Dwijayanthi (2022) Penyelesaian sengketa wanprestasi dalam perjanjian waralaba (studi pada perjanjian waralaba C'Bezt Denpasar). Salah satu usaha waralaba di bidang makanan yang berkembang di wilayah Denpasar adalah C'Bezt. Usaha ini menawarkan produk makanan cepat saji modern dengan harga yang relatif terjangkau sehingga diminati oleh berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. C'Bezt menyediakan berbagai paket menu yang menyesuaikan kebutuhan konsumen. Perkembangan waralaba ini cukup pesat karena menjangkau seluruh lapisan masyarakat, khususnya segmen menengah ke bawah dengan konsep *fine dining* restaurant serta segmen menengah ke atas dengan konsep *fast food* restaurant. Bagi pihak yang ingin menjadi mitra usaha, C'Bezt membuka peluang kemitraan melalui perjanjian bisnis waralaba (*franchise agreement*). Namun, seperti pada hubungan waralaba pada umumnya, dalam pelaksanaannya terdapat kemungkinan terjadinya wanprestasi, yaitu keadaan ketika salah satu pihak lalai atau tidak memenuhi kewajiban yang telah diatur dalam perjanjian waralaba.

Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba C'Bezt di Denpasar, pihak penerima waralaba (*franchisee*) menghadapi beberapa kendala. Di antaranya keberhasilan usaha sangat bergantung pada kemampuan masing-masing individu, pengawasan operasional yang cukup ketat dari pihak *franchisor*, serta kebijakan *franchisor* yang tidak selalu disampaikan secara jelas sehingga *franchisee* perlu memiliki kreativitas dan kemampuan manajemen usaha. Selain itu, sistem usaha yang umumnya ditentukan oleh *franchisor* membuat *franchisee* harus mengikuti aturan yang baku, ditambah dengan kewajiban membayar royalti yang relatif tinggi.

Selain kendala tersebut, *franchisee* juga menghadapi beberapa permasalahan lain, seperti kurangnya promosi dari pihak *franchisor* melalui media sosial atau internet yang menyebabkan penjualan kurang maksimal. Padahal, sesuai Pasal 2 ayat (5) dan Pasal 24 ayat (2) Permendag No. 71 Tahun 2019, *franchisor* seharusnya memberikan dukungan berkelanjutan berupa bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi usaha. Kendala lain yang muncul adalah keterlambatan pengiriman bahan baku utama yang menghambat proses produksi, tingginya

harga bahan baku yang meningkatkan biaya operasional, serta kurangnya inovasi menu atau varian makanan yang dapat menarik minat konsumen. Oleh karena itu, dalam perjanjian waralaba, baik franchisor maupun franchisee memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi agar tidak terjadi wanprestasi dalam hubungan kerja sama tersebut.

Secara normatif (*das sollen*), dalam perjanjian waralaba kedua belah pihak wajib melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan. Namun dalam kenyataannya (*das sein*), terdapat kondisi di mana pihak pemberi waralaba belum menjalankan kewajibannya secara optimal, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak penerima waralaba.

Penelitian yang dilakukan (Natalia dkk. 2022) terkait Penyelesaian sengketa jual beli franchise gerai pinky guard dikota manado : Studi kasus putusan nomor 18/Pdt.g/2018/Pn Skh Salah satu penyebab munculnya sengketa dalam usaha franchise di Kota Manado adalah adanya pelanggaran perjanjian atau wanprestasi yang dilakukan oleh pihak tergugat terhadap pihak penggugat. Berdasarkan proses perjanjian yang telah disepakati sebelumnya sebagaimana dijelaskan dalam rumusan masalah pertama, sejak tanggal 3 Maret 2017 hingga 3 Agustus 2017 tidak terdapat perkembangan terkait pengiriman barang ke Manado. Selain itu, gerai yang dijanjikan juga belum didirikan. Bahkan, berbagai bahan operasional serta peralatan usaha sama sekali belum dikirimkan oleh Pandu yang bertindak sebagai saksi. Di sisi lain, pihak tergugat juga meminjam dana sebesar Rp30.000.000,00 (tiga puluh juta rupiah) dengan disaksikan oleh Seno Bangkit Prakoso dan Pandu, dengan alasan dana tersebut akan digunakan untuk membayar jasa kuasa hukum atau lawyer (Seno Bangkit Prakoso, S.H.) guna mengajukan gugatan terhadap salah satu rekan bisnis tergugat di pengadilan.

Akibat kondisi tersebut, penggugat kemudian membuat perjanjian tambahan yang menyatakan bahwa Pinky Guard Manado dikembalikan kepada CV. Gelora Pinky Utama. Berdasarkan ketentuan Pasal 1234 KUH Perdata, pihak yang melakukan wanprestasi berkewajiban memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh pihak lain sebagai akibat dari perbuatannya. Oleh karena itu, tergugat diwajibkan untuk membayar ganti kerugian sebesar Rp125.000.000,00 (seratus dua puluh lima juta rupiah). Namun demikian, sejak tanggal 3 Maret 2017 hingga Maret 2018, kewajiban pembayaran ganti rugi tersebut tidak kunjung dipenuhi. Kondisi ini semakin menguatkan adanya indikasi wanprestasi yang dilakukan oleh pihak tergugat.

Selain itu, penggugat juga mengemukakan sejumlah kerugian yang dialaminya akibat tindakan tergugat. Akan tetapi, tidak seluruh kerugian tersebut dapat ditetapkan dalam putusan, karena setelah melalui proses pertimbangan hukum, pengadilan juga memperhatikan jawaban serta pembelaan yang diajukan oleh pihak tergugat. Dengan demikian, penetapan kerugian dalam perkara tersebut dilakukan berdasarkan hasil penilaian hukum yang mempertimbangkan keterangan dari kedua belah pihak.

Aspek Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) juga memiliki peranan yang sangat penting dalam perjanjian waralaba. HAKI mencakup berbagai elemen seperti merek dagang, logo, rahasia dagang, serta sistem operasional yang menjadi identitas dan keunggulan suatu usaha. Dalam sistem waralaba, *franchisor* memberikan hak kepada *franchise* untuk menggunakan seluruh elemen tersebut dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, perlindungan terhadap HAKI menjadi sangat penting untuk menjaga keaslian dan nilai ekonomi dari sistem bisnis yang dijalankan. Tanpa adanya perlindungan yang memadai terhadap HAKI, maka akan muncul potensi penyalahgunaan atau pelanggaran yang dapat merugikan kedua belah pihak, baik *franchisor* maupun *franchise* (Nurfitriana dkk. 2023). keberadaan HAKI tidak hanya menjadi aspek hukum, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam keberlangsungan bisnis waralaba.

Perkembangan bisnis waralaba di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya pelaku usaha yang memilih sistem waralaba sebagai strategi untuk mengembangkan bisnisnya, terutama pada sektor makanan dan minuman seperti bisnis kopi yang berkembang pesat. Model bisnis ini dianggap lebih praktis karena menawarkan sistem usaha yang telah teruji serta dukungan dari *franchisor*. Namun demikian, di balik perkembangan tersebut terdapat berbagai tantangan hukum yang perlu diantisipasi, khususnya terkait dengan perlindungan terhadap para pihak dalam perjanjian. Oleh karena itu, diperlukan adanya regulasi yang lebih komprehensif dan implementatif agar dapat mengakomodasi dinamika perkembangan bisnis waralaba serta memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha (Sukarja & Lubis 2023).

Keberhasilan suatu sistem waralaba tidak hanya ditentukan oleh kekuatan merek atau sistem bisnis yang dimiliki, tetapi juga oleh kualitas hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchise*. Hubungan yang didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan itikad baik akan menciptakan kerja sama yang berkelanjutan dan saling menguntungkan. Sebaliknya,

apabila hubungan tersebut didominasi oleh ketimpangan dan kurangnya perlindungan hukum, maka potensi terjadinya konflik dan sengketa akan semakin besar

KESIMPULAN DAN SARAN

Sistem waralaba merupakan salah satu bentuk kerja sama usaha yang berkembang pesat di Indonesia dan berperan penting dalam memperluas jaringan bisnis. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya hubungan hukum antara franchisor dan franchisee sering kali tidak berada pada posisi yang seimbang. Hal ini disebabkan karena perjanjian waralaba umumnya disusun dalam bentuk kontrak baku oleh franchisor sehingga franchisee memiliki kesempatan yang terbatas untuk melakukan negosiasi terhadap isi perjanjian. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan hukum, seperti terjadinya wanprestasi, pemutusan perjanjian secara sepihak, maupun tidak terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak secara optimal.

Oleh sebab itu, keberadaan perlindungan hukum menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan hubungan antara franchisor dan franchisee dalam perjanjian waralaba. Perlindungan tersebut dapat diwujudkan melalui langkah preventif, seperti penyusunan perjanjian yang jelas, transparan, dan adil, serta melalui langkah represif berupa penyelesaian sengketa apabila terjadi pelanggaran terhadap perjanjian. Dengan adanya perlindungan hukum yang memadai serta penerapan prinsip keadilan, keseimbangan, dan itikad baik, diharapkan hubungan kerja sama dalam sistem waralaba dapat berjalan lebih harmonis serta memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Albanjar, N. (2018). No Title. *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA FRANCHISE (FRANCHISEE) DAN PEMILIK FRANCHISE (FRANCHISOR) DALAM PERJANJIAN FRANCHISE DI INDONESIA*, VI(7), 74–81.
- Christian, B. P. (2023). *Hukum Perlindungan Waralaba Untuk Mengamankan Hak Dan Kewajiban Dalam Bisnis Bersama*. 2(2), 1163–1167.
- Dwiyoga, I. M. P. W., & Dwijayanthi, P. T. (2022). PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI PADA PERJANJIAN WARALABA C ' BEZT DENPASAR). *Jurnal Kertha Semaya*, 10(9), 2147–2157.
- Gerry, N., Putro, F. P., Pahri, F., & Prisca, P. (2024). *VALIDITY AND LEGAL PROTECTION IN FRANCHISE CONTRACTS IN INDONESIA*. 6(September), 90–104.

- Muhamad, N. (2023). *10 Restoran dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia pada 2022*. Databoks.
- Napitu, M. M., Silaen, A., & Sitohang, E. W. (2019). *WARALABA DALAM PERJANJIAN WARALABA*. 08(123), 11–20.
- Natalia, I. H., Marpaung, V. C., & Azzahra, N. A. (2022). *PENYELESAIAN SENGKETA JUAL BELI FRANCHISE GERAI PINKY GUARD DI KOTA MANADO : STUDI KASUS PUTUSAN NOMOR 18 / PDT . G / 2018 / PN SKH*. *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 1(4), 98–110.
- Nurfitriana, A., Silaban, S. J., & Sriyani, T. (2023). *Perlindungan Hukum HAKI Dalam Perjanjian Waralaba*. 1(3).
- Rama, andika i gusti ngurah md, Luh, N., Mahendrawati, M., Ayu, I., Widiati, P., Hukum, F., Warmadewa, U., Sepihak, P., & Sepihak, P. (2021). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP FRANCHISEE AKIBAT PEMUTUSAN*. 2(3), 491–495.
- Sirait, R. M., & Sitanggang, A. (2024). *UPAYA HUKUM DALAM PENYELESAIAN WANPRESTASI PADA PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) DI INDONESIA*. 4(1).
- Siswanto, Eka, lestari sulistiani, & Djaja, sidarta dudik. (2025). *PERJANJIAN WARALABA BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA*. 5(06), 89–101.
- Sudjanto, B. K., & Djajaputra, G. (2024). *Franchise Agreement as Legal Protection For Franchise Business Actors In Indonesia*. vol 3 (12).
- Sukarja, D., & Lubis, T. M. (2023). *NEOCLASSICAL LEGAL REVIEW : JOURNAL OF Aspek Hukum Perjanjian Waralaba Bisnis Kopi (Studi Bisnis Franchise di Kota Medan) Legal Aspects of Coffee Business Franchise Agreement (Study of Franchise Business in Medan)*. 02(01), 1–9.