

KARAKTERISTIK ASAS PROPORSIONALITAS DALAM PEMBENTUKAN KLAUSUL PERJANJIAN WARALABA Ifada Qurrata A'yun Amalia¹, Endang Prasetyawati²

Abstrak

Perjanjian waralaba dibentuk karena adanya perbedaan kepentingan yang dituangkan melalui suatu perjanjian perbedaan yang ada akan dibingkai dengan aturan hukum yang mengikat kedua belah pihak. Hal ini membawa komplikasi tersendiri dalam dunia perjanjian waralaba, permasalahan hukum akan timbul jika perjanjian waralaba diragukan dari sisi keadilannya karena mekanisme hubungan kontraktual yang dibentuk tidak berjalan secara proporsional. Permasalahan yang akan diteliti tentang karakteristik asas proporsionalitas dalam pembentukan klausul perjanjian waralaba khususnya pada kasus yang berakhir dengan keluarnya Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014. Penelitian ini menggunakan Metode Yuridis Normatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perjanjian waralaba dapat dikatakan proporsional apabila pembentukan perjanjian tersebut didasari dengan pertukaran antara hak serta kewajiban para pihak secara proporsional pula supaya perjanjian tersebut fair bagi para pihak. Dalam mengukur kadar proporsionalitas baiknya diukur melalui semua tahapan pertukaran hak dan kewajiban para pihak. Dalam bidang waralaba (*franchise*) terdapat klausul franchise fee dan royalty fee, klausul penggunaan bahan atau produk *franchisor*, klausul daerah pemasaran eksklusif, klausul pengawasan, serta klausul kerahasiaan yang kesemuanya itu wajib dicantumkan dalam perjanjian waralaba dalam mencerminkan Asas Proporsionalitas. Sehingga Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014 tersebut tidak menelaah lebih jauh tentang Klausul yang mencerminkan Asas Proporsionalitas. Oleh sebab itu peneliti menyarankan Diharapkan adanya kecermatan hakim untuk mempertimbangkan prinsip maupun kaidah hukum yang berlaku agar dapat mengambil suatu keputusan yang adil. Hakim tidak diperbolehkan sekadar menolak permohonan kasasi dari pihak pertama. Sehingga dalam hal ini, hakim tidak diperbolehkan hanya terfokus pada gugatan dari penggugat saja, namun juga melihat dari pihak tergugat serta didukung oleh pendapat ahli hukum demi terciptanya kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum. Selain itu hendaknya para pihak ketika ingin mengadakan suatu perjanjian waralaba harus mencari tahu dan mengenal siapa mitra bisnisnya. Karena perjanjian merupakan bentuk penguasaan hubungan kontraktual para pihak yang wajib dibentuk berdasarkan pemahaman yang adil mulai dari penguasaan atas hak pra kontraktual sampai dengan pasca kontrak.

Kata kunci: perjanjian, waralaba, asas proporsionalitas

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Pada dasarnya setiap manusia diciptakan untuk hidup bersama-sama dan tidak terpisahkan satu sama lain. Manusia memiliki naluri kecenderungan hidup untuk berkelompok agar dapat mempertahankan hidupnya dari banyaknya ancaman yang datangnya dari dalam maupun dari luar itu sendiri. Naluri tersebut dalam kehidupan manusia selalu dihadapkan dengan banyaknya hal yang mengancam eksistensi kehidupan manusia itu sendiri.

Manusia sering kali disebut sebagai makhluk sosial. Menurut pendapat Aristoteles dalam buku Pengantar Tata Hukum di Indonesia oleh Soediman Kartohadiprojo menjelaskan jika "Manusia adalah Zoon Politikon yang lebih lanjut diartikan oleh Hans Kelsen sebagai makhluk sosial yang ditakdirkan hidup dalam kebersamaan bersama-sama dalam

¹ Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jalan Semolowaru 45, Surabaya 60118, Indonesia | 083849148168 | ifadaamalia96@gmail.com.

² Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jalan Semolowaru 45, Surabaya 60118, Indonesia | endang_pras@untag-sby.ac.id.

masyarakat serta makhluk yang kodratnya sebagai makhluk yang bersosial tinggi”³. Oleh karena itu, manusia memerlukan kebutuhan dan kepentingan untuk mempertahankan eksistensi kehidupannya masing-masing.

Salah satu upaya dalam mempertahankan eksistensi kehidupan yang dilakukan masyarakat Indonesia saat ini adalah melakukan pembangunan dalam bidang ekonomi. Karena hal tersebut merupakan penggerak utama demi kemajuan Negara Indonesia. Namun, usaha ini tidak hanya dilakukan begitu saja melainkan disertai dengan usaha saling memperkuat kerjasama dengan aspek pembangunan di bidang lainnya. Salah satunya dengan melakukan penegakan hukum untuk menunjang dan memperkuat bangsa Indonesia dalam menghadapi kemajuan di bidang ekonomi.

Banyaknya kebutuhan dan kepentingan manusia menimbulkan berbagai macam perselisihan yang ada bisa terjadi karena dari salah satu atau lebih pihak yang merasa dirugikan. Sehingga agar para pihak tersebut merasa aman dalam pemenuhan setiap kepentingannya, salah satu pencegahan yang dapat dilakukan adalah membentuk suatu perjanjian agar tidak mengganggu keseimbangan terhadap tatanan kehidupan masyarakat. Perjanjian memiliki peranan yang sangat penting dalam ranah bisnis. Peran tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya transaksi perdagangan yang saat ini telah menembus lintas batas. Transaksi dagang ini yang tidak jarang dituangkan ke dalam suatu perjanjian atau yang lebih dikenal dalam dunia bisnis dengan sebutan dengan kontrak.

Istilah perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUH Perdata) hanya menyebutkan perikatan yang berasal dari perjanjian (kontrak) dan yang lahir dari Undang-undang. Definisi perjanjian dapat ditemukan dalam Pasal 1313 KUH Perdata di mana, Perjanjian merupakan sebuah kejadian di mana satu orang atau lebih berjanji kepada satu orang lain atau lebih. Peristiwa perjanjian tersebut akan melahirkan suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang disebut dengan perikatan. Sehingga perjanjian sangat berpengaruh untuk menunjang dalam ranah kegiatan bisnis.

Pada perkembangan era globalisasi saat ini bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan cepat dimana para pelaku usaha selalu mencari sarana terobosan terbaru dalam meningkatkan usahanya. Salah satu pola bisnis tersebut dengan menggunakan sistem waralaba atau yang sering disebut dengan *Franchising*. Menurut Bije Widjajanto:

Franchise merupakan istilah yang berasal dari Perancis yang jika diartikan menurut bahasa Indonesia adalah *Franchising*. Secara umum, perjanjian waralaba merupakan hak yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* dimana dengan hak tersebut *franchisee* dapat menggunakan ciri khas bisnis di bidang jasa dan perdagangan jasa termasuk identitas waralaba seperti merek, logo, design perusahaan, pemasaran dan bantuan serta pengawasan yang bebas, waktu jam operasional, serta penampilak para staff maipn karyawan sehingga dengan ciri khas yang dimiliki *franchisor* sama dengan ciri khas yang dimiliki *franchisee*.⁴

Sehingga bisa disimpulkan bahwa *Franchising* merupakan pemasaran produk baik barang, jasa maupun ilmu teknologi, yang dilandaskan pada suatu mitra kerjasama dan berlangsung secara berkelanjutan antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba), dalam hal ini pewaralaba memberikan hak pada terwaralaba, dan memberikan beban berupa

³ Soediman Kartohadiprojjo, *Pengantar Tata Hukum Di Indonesia* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1979).

⁴ Bije Widjajanto, *Franchise : Cara Aman Memulai Bisnis* (Jakarta: Grasindo, 2009).

kewajiban untuk menjalankan usahanya berdasarkan sistem franchise. “Sedangkan definisi waralaba menurut pemerintah Indonesia adalah suatu perikatan di mana pihak ke satu mendapat hak untuk memakai hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau dari ciri khusus usaha milik pihak yang lain dengan syarat penerima hak harus melakukan suatu nilai imbalan berdasarkan ketentuan yang ditentukan oleh pihak pemilik hak dengan tujuan penyediaan barang dan jasa tersebut.”⁵

Perjanjian waralaba dibentuk karena adanya perbedaan kepentingan yang dituangkan melalui suatu perjanjian karena dengan adanya perjanjian tersebut maka perbedaan yang ada akan dibingkai dengan aturan hukum yang mengikat bagi para pihak. “Perjanjian waralaba merupakan kumpulan syarat, aturan dan ketentuan yang dibentuk dan atas kehendak pemberi waralaba atas penerima waralabanya.”⁶ Sistem bisnis melalui pola franchise ini akan melibatkan 2 (dua) pihak, yaitu pihak pertama sebagai pemberi hak untuk membuka usaha yang sama disebut dengan *franchisor*, dan pihak yang lain untuk menerima hak tersebut yang biasa disebut dengan sebutan *franchisee*.

Ketentuan hukum di Indonesia tentang Waralaba (Franchise) diawali dengan terbitnya peraturan Pemerintah (PP) Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba. Kemudian sebagai aturan pelaksana PP tersebut, Menteri Perindustrian melalui pemerintah dan Perdagangan menerbitkan keputusan No:259/MPP/ Kep/1997 yang salah satunya memberikan pengaturan mengenai batas jangka waktu perjanjian waralaba. “Dalam Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 pun juga tidak lebih lanjut mengenai waralaba. Namun dalam Pasal 43 Ayat (1) disebutkan, pihak yang memiliki merek terdaftar mendapat hak untuk menyerahkan hak lisensi tersebut pada pihak yang lain agar bisa menggunakan merek tersebut atas dasar perjanjian dan wajib didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.⁷ Selanjutnya ketentuan tersebut telah diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disebut dengan PP No.42 Tahun 2007), serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/8/2012 (selanjutnya disebut dengan PERMENDAGRI No. 53 Tahun 2012) tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Ketentuan mengenai waralaba di atas dinilai masih belum mengatur lebih jauh mengenai waralaba khususnya mengenai pertukaran kewajiban dan hak para pihak dalam perjanjian. Hal ini bisa dilihat bahwa saat ini baru ada dua peraturan yang mengatur bisnis waralaba yaitu dalam PP No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan tersebut memuat tentang sistem waralaba yang mengharuskan pewaralaba (*franchisor*) mendaftarkan bisnisnya pada Kementrian Perdagangan, terwaralaba (*franchisee*) wajib memberikan keterangan yang jelas mengenai perjanjian waralaba kepada Kementrian Perdagangan.

Perjanjian waralaba memuat aturan yang berhubungan dengan hubungan hukum yang terjadi yaitu pemenuhan hak dan kewajiban bagi franchisor dan franchisee seperti

⁵ Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).

⁶ Sonny Sumarsono.

⁷ Sonny Sumarsono.

persyaratan, biaya, termasuk juga ketentuan yang berhubungan dengan jangka waktu perjanjian waralaba beserta perpanjangannya. Berdasarkan Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba dalam pemberian waralaba harus memenuhi kriteria mempunyai ciri khusus usaha, memiliki bukti yang nyata jika usaha waralabanya dapat mendatangkann keuntungan, mempunyai standar operasional usaha secara tertulis dan tersusu sistematis dalam melakukan pelayanan dari barang atau jasa yang ditawarkan, memiliki *support system* yang berkelanjutan, mudah dipahami, diaplikasikan, dan diajarkan, serta yang paling penting sudah memiliki Hak Kekayaan Intelektual yang sudah terdaftar secara sah.

Pada Lampiran Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/m-dag/per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disingkat Permendag No. 53/2012) dijelaskan apa saja yang harus dicantumkan dalam perjanjian waralaba yakni nama ,alamat, Jenis HAKI, jenis unit usaha, kewajiban dan hak para pihak, jangka waktu dan proses penyelesaian sengketa baik itu memperpanjang maupun pemutusan perjanjian waralaba.

Meskipun perjanjian yang dibuat adalah dalam rangka dunia bisnis, untuk membuat perjanjian yang sah tetap harus menyesuaikan kaedah hukum yang sudah ditetapkan seperti yang tercantum dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Sehingga syarat sahnya perjanjian sudah dipenuhi,, maka suatu perjanjian bisa dianggap sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Pasal 1320 BW merupakan instrument penting untuk menguji sah atau tidaknya perjanjian yang disusun para pihak. Dalam Pasal 1320 BW ada empat syarat yang wajib dipenuhi untuk sahnya suatu perjanjian, yaitu:

- a. Kata sepakat bagi pihak-pihak yang melakukan perjanjian atau bisa dikatakan berjanji;
- b. Cakap untuk membentuk suatu perikatan;
- c. Suatu objek tertentu;
- d. Sebab atau causa yang halaldalam hal ini tidak bertentangan dengan Undang-Undang.⁹

Kedua syarat yang pertama disebut dengan syarat subyektif, karena dua syarat tersebut merupakan subjek perjanjian dan kedua syarat terakhir disebut dengan syarat objektif, karena berkaitan dengan objek dari perjanjian. Setelah ddikeluarkannya kata sepakat untuk dapat membentuk perjanjian, maka kedua belah pihak memiliki kebebasan dalam berkontrak. Apabila diantara kedua belah pihak tersebut sudah mengadakan perjanjian, maka bisa dikatakan ada suatu kebebasan di antara para pihak. Kebebasan kehendak ini diartikan sebagai kesetaraan minimal. Dapat difahami jika suatu kesetaraan ekonomis antara para pihak jarang muncul. Dan jika kesetaraan antara para pihak tidak ada, maka sepertinya juga tidak ada kebebasan untuk mengadakan kontrak.¹⁰

Kebebasan berkontrak dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata mengatakan bahwa semua perjanjian yang dibentuk dengan sah maka akan berlaku selayaknya undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kemudian ayat (3) mengatakan bahwa suatu perjanjian wajib dibentuk dan dijalankan dengan itikad baik. Pasal ini menjelaskan bahwasanya akan

⁹ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian,Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial* (Surabaya: Kencana Prenada Media Group, 2009).

¹⁰ Johannes Ibrahim and Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: PT Refika Aditama, 2007).

ada kebebasan berkontrak dalam perjanjian, asas *pacta sunt servanda*, asas kepastian hukum, dan asas itikad baik. "Ketentuan ini dikatakan terbuka karena setiap orang atau pihak yang hendak membuat persetujuan/perjanjian diberi kebebasan untuk membuat perikatan yang mengatur hubungan hukum mereka tentang apa saja, bentuk seperti apa saja namun tidak melanggar ketentuan undang-undang."¹¹

Pada dasarnya asas proporsionalitas dalam suatu perjanjian masuk ke dalam semua aspek mulai dari tahap pra kontrak, pembentukan, pelaksanaan sampai dengan jika terjadi perselisihan dalam pelaksanaan perjanjian tersebut. "Pada proses sebelum pembentukan perjanjian, asas proporsionalitas memberikan kemungkinan untuk melakukan negoisasi bagi para pihak untuk menjalankan saling tukarnya hak dan kewajiban mereka. Maka dari itu, tidak proporsional serta wajib dinyatakan ditolak jika negoisasi tersebut diikuti dengan itikad yang tidak baik."¹²

Begitupun dengan perjanjian waralaba, permasalahan hukum akan timbul jika perjanjian waralaba diragukan dari sisi keadilannya karena sistem hubungan kontraktual yang dibentuk tidak bekerja secara seimbang. "Pada umumnya, masyarakat awam yang bertindak sebagai para pihak dalam pembuatan suatu perjanjian, tidak sampai memikirkan secara mendetail atau terperinci mengenai berbagai ketentuan dan persyaratan suatu rancangan perjanjian, melainkan hanya menetapkan hal-hal pokok yang dianggap penting saja"¹³

Pembentukan perjanjian waralaba yang berisi pertukaran hak dan kewajiban para pihak secara proporsionalitas dapat dikatakan *fair* jika dicermati dari substansi klausul perjanjian yang disepakati oleh pihak-pihak. Sehingga antara pemilik hak waralaba dengan penerima hak waralaba wajib memiliki kemampuan di bidang hukum minimal dasar, asas ataupun normanya saja khususnya dalam hukum perjanjian supaya proses pertukaran kepentingan yang ada di dalam perjanjian berjalan dengan lancar dan dapat dikatakan seimbang. Karena jika diamati tidak sedikit pihak yang dengan mudahnya terjerumus untuk menyatakan bahwa perjanjian tersebut berat satu sisi atau tidak seimbang bahkan berujung tidak adil hanya dengan alasan perbedaan strata atau status dari para pihak tersebut. Seperti hanya mendasarkan latar belakang para pihak dan mengatakan bahwa perjanjian tersebut dibentuk dengan adanya bargaining position yang berbeda. Akan tetapi, ketidakseimbangan yang terdapat dalam perjanjian waralaba tersebut harus lebih dicermati dengan seksama agar tidak langsung menyatakan bahwa perjanjian tersebut berat sebelah.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, asas *pacta sunt servanda* menekankan bahwa para pihak yang telah sepakat membentuk perjanjian waralaba terikat dengan segala ketentuan yang ada di dalam perjanjian tersebut. Tidak terkecuali pihak terwaralaba yang wajib mengikuti aturan main, standart operasional dalam hal ini memenuhi kewajibannya untuk membayarkan presentase imbalan atas waralaba baik *franchise fee* yang harus dibayarkan di awal sebelum waralaba mulai berjalan dan *royalty fee* setelah waralaba berjalan.

¹¹ Fajar Sugianto, , *Perancangan & Analisis Kontrak* (Surabaya: R.A.De.Rozarie, 2017).

¹² Agus Yudha Hernoko.

¹³ I.G. Rai Widjaya, *Merancang Suatu Kontrak* (Jakarta: Kesaint Blanc, 2004).

Namun banyak dalam masyarakat saat ini ditemukan pola pikir yang salah dalam memahami asas kebebasan berkontrak. Sehingga muncul berbagai macam paradigma sistem atau konsep hubungan kontraktual yang dianggap berat sebelah. Para pihak saling berusaha untuk mengamankan atau menguntungkan dirinya sejak awal mula pembuatan perjanjian jika berhadapan dengan lawan kontraknya dengan membentuk suatu perjanjian yang substansinya lebih menguntungkan diri sendiri tanpa memperhatikan pihak yang lain.

Pada pelaksanaan dari perjanjian Waralaba ini terkadang para pihak melakukan suatu kegiatan diluar yang disepakati dalam perjanjian yang dapat menimbulkan akibat hukum. Apabila hal ini terjadi dapat menyebabkan perkara yang berujung saling menuntut. Salah satu usaha atau sosisi hukum yang dapat diajukan jika terjadi pelanggaran yang dimana perbuatan tersebut menimbulkan kerugian pemilik lisensi yang dijalankan para pihak dengan sengaja tidak menjalankan kesepakatan, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban yang terdapat dalam perjanjian waralaba untuk menjaga lisensi terkait, untuk itu baik pemilik hak lisensi maupun Penerima Lisensi bisa mengajukan gugatan kepada siapa saja. Perkara tersebut dapat diselesaikan melalui jalur Pengadilan yang sering disebut dengan litigasi atau bisa juga melalui Pengadilan atau non litigasi yaitu dengan cara Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa seperti Negosiasi, Konsiliasi dan Mediasi.

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

Selain itu Asas kebebasan berkontrak dalam membentuk perjanjian telah membatasi ruang pemerintah dalam pembuatan perjanjian di Indonesia khususnya perjanjian bersama termasuk perjanjian waralaba. Sehingga saat ini diperlukan kecermatan bagi para pihak dalam membentuk sebuah perjanjian waralaba dengan memperhatikan asas-asas dalam hukum perjanjian sebagai acuan baik dalam tahap pembuatan perjanjian sampai dengan pasca perjanjian. Hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko tumpang tindih antara kewajiban dan penambahan kekayaan secara tidak adil.

2. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah yang sudah dibahas di atas, permasalahan yang akan dianalisis agar menjadi lebih jelas dan penulisan penelitian hukum mencapai tujuan yang diinginkan, maka perlu disusun rumusan masalah penelitian bagaimana karakteristik asas proporsionalitas dalam pembentukan klausul perjanjian waralaba?

3. Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah penelitian hukum normatif. Dalam kaitannya H. Zainuddin Ali menyatakan "Penelitian hukum normatif yang dimaksud adalah penelitian yang memiliki sistematika hukum yang dapat dilakukan terhadap asas tertentu yang tujuannya dapat melakukan analisis dan identifikasi terhadap definisi, pengertian mendasar atau kewajiban dan hak, peristiwa hukum, hubungan hukum, serta objek hukum."¹⁴

B. Pembahasan

1. Karakteristik Asas Proporsionalitas dalam Pembuatan Perjanjian Waralaba

Hukum perjanjian menjadi sangat penting untuk diketahui ketika ingin mengadakan suatu kegiatan usaha. Perlu dipahami bahwa kegiatan usaha tidak jarang selalu diikuti dengan penyusunan persetujuan yang setelah itu dituangkan dalam suatu perjanjian. Membentuk suatu perjanjian bukan aktifitas yang mudah untuk dilakukan, hal ini diwujudkan pada awal membentuk kesepakatan.

Setiap kegiatan usaha nantinya akan memerlukan *bergaining*, yang diikuti dengan pertukaran janji sehingga dapat mewujudkan tujuan dari para pihak. Sebaiknya perjanjian dibentuk dengan kesetaraan didalamnya agar berjalan efektif dan tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku, sehingga perjanjian harus disusun sesuai dengan keadilan dan memberikan jaminan dalam perwujudan kepastian hukum.

Dalam kemajuan ekonomi saat ini perjanjian dituntut harus efisien dan fleksibel namun tetap memuat aturan yang ketat dalam memberikan perlindungan proses pertukaran hak dan kewajiban para pihak. Begitupun sama halnya dengan perjanjian waralaba yang melibatkan *Franchisor* dengan *franchisee* dimana akan ditemukan ketika salah satu pihak memiliki *bergaining* yang lebih kuat dan satu lainnya cenderung lemah. Sehingga Asas proporsionalitas sangat diakui keberadaannya dan perlu diperhatikan oleh para pihak dalam semua proses pembentukan perjanjian.

Perjanjian merupakan tempat untuk melibatkan kepentingan pihak satu dengan pihak lain dalam membentuk pertukaran kepentingan yang adil bagi para pihak. Sehingga sangat tepat jika dalam melakukan analisis tentang asas proporsionalitas dalam perjanjian dimulailah dari aspek keadilan dalam berkontrak. "Arinya analisis keadilan dalam perjanjian bisnis wajib mengkombinasikan konsep persamaan hak dalam dalam pertukaran baik prestasi maupun kontra prestasi seperti yang sudah difahami sebelumnya dalam konteks keadilan komutatif maupun konsep keadilan distributif sebagai landasan hubungan kontraktual."¹⁵

Secara luas terdapat banyak asas dalam hukum perjanjian. Kebebasan berkontrak sendiri berasal dari *freedom of contract* sehingga menurunkan beberapa asas-asas penting yang terdapat dalam Buku III KUH perdata diantara yang paling penting adalah Asas Kebebasan berkontrak, Asas Konsensualisme, Asas Pacta Sunt Servanda, Asas Itikad Baik dan Asas Proporsionalitas.

¹⁴ H. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).

¹⁵ Agus Yudha Hernoko.

Jika melihat pernyataan di atas, Asas kebebasan berkontrak adalah asas dasar yang menjamin kebebasan orang pada saat membentuk perjanjian. Karena kebebasan ini pula sehingga Buku III yang mengatur tentang perikatan ini juga dapat dikatakan menganut system terbuka. Artinya para pihak yang membuat perjanjian bebas membuat perjanjian, walaupun aturan khususnya tidak terdapat dalam KUH Perdata.

Sehingga asas Proporsionalitas secara umum memberi makna keseimbangan posisi pihak yang berkontrak. Oleh karena itu, jika ditemukan posisi yang tidak seimbang i yang mengakibatkan kacaunya substansi kontrak maka diperlukan intervensidari pemerintah. Ini terlihat jelas dipakai dalam kontrak konsumen, dimana hubungan konsumen - produsen diasumsikan hubungan yang subordinat, sehingga konsumen berada pada posisi lemah dalam proses pembuatan kehendak kontraktualnya.

Ketidakseimbangan dapat dilihat dalam dominasi produsen, hubungan subordinat dan posisi tawar menawar yang lemah. Maka dari itu untuk menyeimbangkan posisi tersebut diperlukan intervensi dari pemerintah contohnya adalah Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dimana ini adalah bentuk wujud perlindungan yang tujuannya untuk sebagai perlindungan hukum kepada konsumen dengan cara memberikan batasan serta melakukan keseimbangan posisi tawar menawar para pihak.

2. Klausul Kontrak Waralaba Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014 Dan Asas Proporsionalitas

Tidak sedikit perjanjian yang dibuat dalam rangka kegiatan bisnis atau usaha berakhir pada pengajuan ke pengadilan. Seringkali salah satu pihak memanfaatkan kondisi dengan membuat dalil-dalil dengan maksud untuk memperpanjang waktu pemenuhan kewajiban hukum dan menuntut penggantian kerugian secara beruntut harapannya bisa mendapatkan nilai tawar cukup signifikan pada tahap perdamaian.

Suatu kasus yang mengarah pada sengketa dalam perjanjian tidak jarang berawal dari kesalahan yang mendasar dalam tahapan terbentuknya perjanjian seperti di atas. Realita tersebut bisa terjadi karena adanya beberapa faktor, seperti misalnya para pihak yang kurang faham terhadap tahapan proses bisnis yang dijalankan karena para pihak hanya fokus pada orientasi profit atau keuntungan semata yang diawali dengan pemikiran haya mencoba tanpa memikirkan adanya dampak yang akan ditimbulkan di tengah perjalanan bisnisnya. Ssering kali terjadi di dalam suatu kegiatan bisnis salah satu pihak atau bahkan keduanya tidak bisa saling mengerti, mengenal dan memahami karakter mitra bisnisnya. Sehingga para pelaku dengan sangat mudah tertarik untuk mengadakan suatu kerjasama dengan mitra bisnisnya dengan menilai secara fisik dan performa saja. Bahkan mereka paradigma yang melekat di pelaku bisnis lokal adalah jika mereka mengadakan kerjasama dengan pihak asing maka akan mendapatkan keuntungan yang besar pula tanpa mengenal lebih jauh mitra bisnisnya tersebut. Selain itu hal yang paling rawan dapat terjadi suatu sengketa ialah pelaku bisnis tidak memiliki bekal pemahaman di bidang hukum perjanjian yang dapat melindungi kegiatan bisnis mereka.

Seperti pada perkara perjanjian waralaba yang dibentuk oleh Thio Inge Catherine selaku pemilik Salon kecantikan De Grace dan Naniek Soetrisno pemilik Salon Yemember Surabaya. Pengaturan perjanjian waralaba dapat dilihat dalam Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Ketentuan tersebut menjelaskan bahwa Franchisor atau pewaralaba memberikan sebuah lisensi kepada Franchisee atau terwaralaba dimana dengan hak tersebut terwaralaba dapat menjalankan usaha dengan menggunakan merek dagang

pewaralaba. Izin yang diberikan berupa lisensi penggunaan merek g yang pada umumnya pemberi waralaba menerima pembayaran *royalty fee* di awal sebelum waralaba berjalan dan pembayaran *royalty fee* berupa keuntungan berkala dari penerima waralaba.

Kasus ini berawal dari tahun 2012 dimana Naniek Soetrisno pemilik salon Yemember selaku TERMOHON (dahulu selaku PEMOHON) mengajukan klaim. kepada Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) Perwakilan Surabaya terhadap PEMOHON (dahulu selaku TERMOHON) dan diregister dengan No. 31/ARB/BANISBY/I/2012, perkara mana telah diputus pada tanggal 21 Juni 2012 yang inti amar putusannya menyatakan bahwa Termohon melakukan perbuatan ingkar janji/Wanprestasi dan menyatakan Perjanjian Waralaba yang disahkan di depan Notaris pada 31 Agustus 2010 dinyatakan berakhir dan sudah tidak mengikat kedua belah pihak sehingga segala sesuatu yang telah dibayarkan kepada Pemohon, yang menyangkut Perjanjian Kerjasama Waralaba tidak dapat diminta kembali. Perkara ini berjalan terus menerus sampai pada tingkat kasasi dimana Thio Inge Catherine pemilik Salon De Grace sebagai Pemohon Kasasi dahulu Penggugat Konvensi/Tergugat Rekonvensi/Pembanding mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Surabaya.

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

a. Klausul *franchise fee* dan *royalty fee*

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

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

b. Klausul penggunaan bahan atau produk waralaba

Fungsi dari adanya pencantuman klausul penggunaan bahan atau produk waralaba ini adalah untuk menjaga kualitas produk supaya tetap memenuhi standar mutu yang ditentukan di awal. Dalam hal ini perjanjian yang dibentuk oleh para pihak dalam kasus ini Naniek Soetrisno Termohon Kasasi dahulu Tergugat Konvensi/Penggugat

Rekonvensi/Terbanding telah bersalah melakukan wanprestasi dimana Tergugat tidak mengganti beberapa mesin yang rusak dengan mesin baru meskipun Tergugat berjanji apabila ada kerusakan mesin dalam waktu 7 hari pemakaian akan mengganti dengan mesin baru atau bertanggung jawab untuk memperbaiki mesin yang rusak tersebut dan Tergugat tidak memenuhi janjinya untuk mensupply obat-obatan perawatan selama 3 bulan pertama bahkan ketika Penggugat menanyakan dimana harus membeli obat-obatan tersebut Tergugat tidak mau memberitahu dan terkesan sengaja menutup-nutupi. Sehingga terlihat sekali bahwa *Franchisor* tidak memenuhi asas proporsionalitas karena telah melanggar seperti yang sudah dijelaskan di atas.

c. Klausul daerah pemasaran eksklusif

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

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

d. Klausul pengawasan

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

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

Berdasarkan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba telah ditegaskan : “Pemberi Waralaba harus melakukan pelatihan, mentoring manajemen operaional, menentukan target pasar dan pemasaran, penelitian, serta pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkelanjutan”. Selain itu telah ditegaskan dalam penjelasan atas Pasal 8 tersebut bahwa “Pembinaan yang dilakukan pewaralaba dilaksana-

kan secara berkelanjutan, salah satunya mengadakan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dijalankan oleh Terwaralaba.” Sehingga terlihat sekali dimana Franchisor hanya mengumbar janji saja untuk memberikan bantuan serta dukungan baik materiil maupun immateriil kepada Penggugat sebagai Franchisee dalam menjalankan bisnis tersebut, sampai dengan Penggugat dapat mencapai hasil sesuai yang diharapkan.

e. Klausul kerahasiaan

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

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

Amar Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014 menyatakan menolak permohonan kasasi dari pemohon kasasi sehingga pemohon kasasi ada di posisi pihak yang kalah. Apabila diamati terdapat beberapa hal dalam pelaksanaan perjanjian waralaba yang dibentuk oleh kedua belah pihak tersebut tidak sesuai dengan Asas proporsionalitas dimana sebelum pembentukan perjanjian dimulai, pada tahapan negosiasi Tergugat yang awalnya menawarkan kerjasama dengan system jual-beli waralaba (*franchise*) kepada Penggugat untuk membuka cabang Salon Yemember sebagai pengganti Salon De Grace milik Penggugat yang pada saat itu Tergugat bersedia dan berjanji memberikan wilayah usaha untuk Penggugat di area Surabaya Barat secara keseluruhan. Namun di dalam perjanjian hak wilayah usaha dibatasi hanya pada area Sukomanunggal saja, yang seharusnya sesuai janji Tergugat memberikan hak wilayah usaha di Surabaya Barat seluruhnya. Hal itu sangat jelas terjadi pengingkaran janji yang sangat merugikan pihak Penggugat.

Selain itu berdasarkan teori yang digagaskan oleh Van Dunne, dimana maksud dari perjanjian merupakan hubungan hukum yang melibatkan minimal dua pihak atau lebih atas dasar kata sepakat agar dapat menimbulkan akibat hukum. Teori ini tidak serta merta melihat dari sisi perjanjiannya saja, namun teori ini juga mewajibkan untuk melihat dari segi

perbuatan yang dilakukan sebelumnya atau mendahuluinya. Terdapat tiga tahapan atau proses dalam membentuk suatu perjanjian menurut teori ini, yakni proses sebelum dibentuknya kontrak, yaitu yaitu penawaran serta penerimaan, proses pembentukan kontrak, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak, serta tahapan setelah berakhirnya kontrak, yaitu pelaksanaan perjanjian. Melihat kronologi di atas penulis menyatakan tidak setuju dengan amar putusan Nomor 550K/Pdt/2014 yang menolak permohonan kasasi yaitu Thio Inge Catherine selaku penerima waralaba (*franchisee*). Karena Putusan tersebut sudah tidak menelaah lebih jauh tentang salah satu syarat bisa dikatakan sahnyanya perjanjian yakni kesepakatan dan makna dari asas proporsionalitas.

C. Penutup

Perjanjian waralaba dapat dikatakan proporsional ketika pembentukan perjanjian tersebut didasari dengan saling bertukarnya hak dan kewajiban secara proporsional pula agar perjanjian tersebut *fair* bagi para pihak. Dalam mengukur kadar proporsionalitas baiknya diukur melalui semua tahapan pertukaran hak maupun kewajiban para pihak. Dalam bidang waralaba (*franchise*) terdapat klausul *franchise fee* dan *royalty fee*, klausul penggunaan bahan atau produk franchisor, klausul daerah pemasaran eksklusif, klausul pengawasan, serta klausul kerahasiaan yang kesemua itu wajib dicantumkan dalam perjanjian waralaba dalam mencerminkan Asas Proporsionalitas. Sehingga Putusan Nomor 550 K/Pdt/2014 tersebut tidak menelaah lebih jauh tentang Klausul yang mencerminkan Asas Proporsionalitas Apabila situasi ini terus berkembang, usaha dalam membentuk kepastian hukum di masyarakat akan semakin susah. Pengadilan dalam putusan Nomor 550K/Pdt/2014 tidak mempertimbangkan kaedah hukum yang lainnya, seperti Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnyanya perjanjian dan Pasal 1338 KUH Perdata mengenai Asas kebebasan berkontrak yang melahirkan Asas Proporsionalitas.

Diharapkan adanya kecermatan hakim untuk mempertimbangkan prinsip maupun kaidah hukum yang berlaku agar dapat mengambil suatu keputusan yang adil. Selain itu hendaknya para pihak ketika ingin mengadakan suatu perjanjian waralaba harus mencari tahu dan mengenal siapa mitra bisnisnya. Karena perjanjian merupakan bentuk penuangan hubungan kontraktual kedua pihak yang harus disusun atas dasar pemahaman yang adil mulai dari pemahaman hak pra kontraktual sampai dengan pasca kontrak.

Daftar Pustaka

- Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial* (Surabaya: Kencana Prenada Media Group, 2009)
- Bije Widjajanto, *Franchise : Cara Aman Memulai Bisnis* (Jakarta: Grasindo, 2009)
- H. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011)
- Ibrahim, Johannes, and Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: PT Refika Aditama, 2007)
- Isman Saleh, *Hukum Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990)
- Kartohadiprodo, Soediman, *Pengantar Tata Hukum Di Indonesia* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1979)
- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Sugianto, Fajar, , *Perancangan & Analisis Kontrak* (Surabaya: R.A.De.Rozarie, 2017)
- Suharnoko, *Hukum Perjanjin: Teori Dan Analisis Kasus* (Jakarta: Kencana, 2004)
- Widjaya, I.G. Rai, *Merancang Suatu Kontrak* (Jakarta: Kesaint Blanc, 2004)