

**KONSEP RUGULATORY IMPACT ASSESSMENT (RIA) ATAS USULAN REVISI PERATURAN
PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA
(PP 42/2007)**

A. PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi didalam masyarakat dewasa ini sangat pesat, termasuk perkembangan dalam bidang kontrak bisnis. Dalam dunia bisnis hari ini terdapat beragam jenis perjanjian baik yang telah ditentukan namanya di dalam peraturan perundang-undangan maupun tidak, baik perjanjian tersebut dibuat secara tertulis maupun secara lisan. Intinya dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat tidak dapat dilepaskan dari perjanjian, mulai dari perjanjian dengan skala kecil sampai dengan perjanjian yang multi kompleks. Secara substansi, Perjanjian dalam hukum keperdataan di Indonesia secara umum diatur dalam KUH Perdata, merupakan area hukum yang sangat luas dan paling dinamis. Khususnya dalam lapangan Hukum Perjanjian yang bersifat terbuka sehingga memberi kesempatan kepada para pihak untuk membuat jenis perjanjian baru yang sebelumnya tidak pernah ada dan tidak diatur dalam KUH Perdata itu sendiri. Salah satu jenis perjanjian tersebut adalah Perjanjian Franchise.

Lembaga franchise pertama kali dikenal di Amerika Serikat yaitu kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil untuk mendistribusikan bir produksi pabrik yang bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. Franchise pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor. Zaman franchise modern baru dimulai pada akhir tahun 1940-an dan awal tahun 1950-an. Hal ini terlihat dari

berkembangnya Mc donalds (1955), carvel ice cream (1945), jhon robert (1955), Kentucky fried chicken (1952), dan lain-lain. Sejak tahun 1972 sampai tahun 1988, usaha franchise mengalami peningkatan yang sangat besar di amerika serikat. Hal ini tampak dari banyaknya usaha franchise yang berkembang di negara tersebut.

Di Indonesia, sistem bisnis dengan franchise mulai berkembang sejak tahun 1980-an dan sekarang sudah menjadi kenyataan. Pada saat ini sudah banyak franchise asing yang masuk ke Indonesia, baik dalam perdagangan barang dan jasa. Selain itu beberapa pengusaha Indonesia sudah mulai mengembangkan domestik franchise, seperti Q-tela, Es Teler 77, Salon Rudi Hardisuwarno, Steak Kimos Modern.

Franchise berasal dari bahasa Prancis yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan bagi para pihak. Menurut Peter Mahmud pengertian franchise adalah suatu perjanjian yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak tersebut. Lain halnya dengan Black Law Dictionary (1975, Hal, 592) franchise diartikan sebagai lisensi atau izin dari pemilik suatu merek atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa dibawah merek atau nama dagangnya.

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba, dimana Penerima Waralaba wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba tersebut. Disamping itu, Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospectus penawaran waralaba sebelum membuat Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba. Dilihat dari ruang lingkup dan konsepnya, sebenarnya perjanjian franchise berada diantara perjanjian lisensi dan distributor. Adanya pemberian izin oleh pemegang hak milik intelektual kepada pihak lain untuk menggunakan merk ataupun prosedur tertentu merupakan unsure perjanjian lisensi. Sedangkan dilain pihak juga adanya Quality control dari franchisor terhadap produk-produk pemegang lisensi yang harus sama dengan produk-produk lisensor, seakan-akan pemegang franchise merupakan distributor franchisor.

Sebagaimana dalam perjanjian lisensi, pada perjanjian franchise, pemegang franchise wajib membayar sejumlah royalti untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian. Royalti kadang-kadang bukan ditetapkan berdasarkan persentase keuntungan tapi beberapa unit. Dalam hal demikian

pihak franchisor tidak peduli apakah pemegang franchise untung atau tidak. Disamping harus membayar royalti, pihak pemegang franchise juga sering harus memenuhi kewajiban yang ditetapkan oleh franchisor untuk mendesain perusahaan sedemikian rupa sehingga mirip dengan desain perusahaan franchisor.

Begitupula dengan manajemennya, tidak jarang franchisor juga memberikan assistensi dalam manajemen. Dalam hal demikian pemegang franchise perlu membayar fee tersendiri kepada assistansi tersebut. Tidak jarang pula franchisor dalam pembuatan produknya mewajibkan pemegang franchise untuk membeli bahan-bahan dari pemasok yang ditunjuk oleh franchisor. Hal tersebut dalam hukum kontrak disebut *tying agreement*. Bahkan kadang-kadang pemegang franchise berdasarkan perjanjian membolehkan franchisor melakukan auditing terhadap keuangan pemegang franchise. Semua ini diwajibkan oleh franchisor dengan alasan *quality control*.

Namun dilain pihak melalui perjanjian lisensi maupun franchise diharapkan terjalinnnya alih teknologi antara franchisor terhadap franchisee. Dari rumusan yang diberikan tersebut diatas dapat dikatakan bahwa Franchise merupakan suatu Perikatan, yang tunduk pada ketentuan umum mengenai Perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Disamping itu Franchise didalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai pada derajat tertentu, franchise tidak berbeda dengan lisensi (Hak atas Kekayaan Intelektual), khususnya yang berhubungan dengan franchise nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu, hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk franchise yaitu franchise dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan franchise sebagai suatu format bisnis.

Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa franchise tidaklah diberikan secara Cuma-Cuma, pemberian franchise senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu. Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta oleh Pemberi Franchise/Franchisor dari Franchisee atau Penerima Franchise. Pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (Direct monetary Compensation) dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (Indirect and non monetary compensation), misalnya Lumpsum Payment (Pre Calculated Amount) dan Royalty.

Orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya. Kepada penerima waralaba disebut dengan pemberi waralaba (Franchisor) sedangkan orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba disebut dengan penerima waralaba (Franchisee). Dari rumusan yang diberikan tersebut diatas dapat dikatakan bahwa franchise merupakan suatu perikatan yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu franchise didalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

B. DAMPAK EKONOMI PERUBAHAN pp 42 tahun 2007

Pengaturan waralaba akan memberikan dampak ekonomi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Beberapa hal yang dapat memberikan dampak ekonomi terhadap pengaturan waralaba antara lain:

- Mendukung perkembangan jaringan usaha untuk peningkatan omset

Berdasarkan hasil listing Sensus Ekonomi 2016, omset dari perusahaan yang menggunakan sistem waralaba sebesar 24,78% berasal dari usaha tunggal, sedangkan sebesar 58,98%

omzet dari perusahaan yang menggunakan sistem waralaba berasal dari usaha jaringan cabang. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha waralaba memiliki jaringan yang cukup luas, bahkan nilai omzet di perusahaan cabang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan tunggal. Berbeda halnya dengan usaha yang tidak menggunakan sistem waralaba, yaitu sebesar 55,71% nilai omzet berada pada perusahaan tunggal, sementara jaringan cabang hanya sebesar 20,83%. Sehingga dengan melakukan pengaturan terkait waralaba dapat meningkatkan adanya pembentukan jaringan usaha dari pelaku usaha.

- Mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil listing Sensus Ekonomi 2016 menyebutkan bahwa sebesar 66,67% dari 26.711.001 pelaku usaha atau sebanyak 81.441 pelaku usaha yang menggunakan sistem waralaba merupakan UMKM. Sehingga dengan pengaturan waralaba yang lebih adaptif maka akan dapat mendukung UMKM semakin berkembang dan naik kelas. Hal ini karena waralaba merupakan salah satu strategi pengembangan usaha yang terkendala keterbatasan modal kerja.

- Peningkatan pendapatan negara

Potensi pendapatan negara yang didapatkan terutama berasal dari pajak royalti yang diberikan kepada pemberi waralaba yang berasal dari luar negeri (PPH 26 sebesar 20% atau tarif sesuai P3B antara Indonesia dengan negara domisili penerima royalti). Selain itu dengan adanya kewajiban kepemilikan HKI bagi penyelenggara waralaba juga akan dapat memberikan tambahan pendapatan negara yang berasal dari tariff pendaftaran HKI tersebut.

- Peningkatan penggunaan produk dalam negeri

Adanya pengutamaan penggunaan produk dalam negeri serta kewajiban bekerja sama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa dapat memberikan *multiplier effect* pada sektor perekonomian lokal maupun nasional.

- Pembuka lapangan kerja

Sistem waralaba yang secara tidak langsung berorientasi pada jaringan usaha secara tidak langsung akan memberikan peluang untuk penyediaan lapangan kerja di suatu daerah. Dalam Sensus Ekonomi 2016 walaupun angka kontribusi penyerapan tenaga kerja dari usaha dengan sistem waralaba masih tergolong rendah, namun dengan semakin meningkatnya pengguna sistem waralaba maka potensi penyerapan tenaga kerjanya juga akan semakin meningkat. Selain itu pengembangan waralaba juga dapat berperan meningkatkan pemberdayaan wanita. Hal ini karena bagi kaum perempuan mereka tidak perlu membangun bisnis dari awal dan beresiko mengganggu pekerjaan domestiknya. Tanpa pengalaman bisnis, kaum perempuan dapat memiliki usaha dengan citra perusahaan yang ternama dan sistem atau prosedur yang sudah ditentukan.

C. SUBSTANSI YANG AKAN DIUBAH PADA REVISI PP 42/2007

1. DEFINISI

PP 42/2007 mendefinisikan waralaba sebagai 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**.

Definisi ini bersifat ambigu, karena terdapat anggapan bahwa apabila para pihak yang mengadakan perjanjian tidak menamakan perjanjiannya sebagai Perjanjian Waralaba, maka perikatan yang terjadi, meskipun telah memenuhi kriteria waralaba, dianggap bukan waralaba dan tidak tunduk pada pengaturan dalam PP 42/2007. Sebagai contoh, para pihak yang mengikatkan diri dengan menamakan perjanjiannya sebagai perjanjian lisensi atau kemitraan biasa, padahal kriteria waralaba telah terpenuhi. Selain itu, PP 42/2007 tidak memberikan definisi lebih lanjut mengenai apa yang dimaksud dengan Perjanjian Waralaba.

Definisi waralaba diusulkan untuk diubah menjadi hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis di bidang perdagangan 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 tertulis.

2. KRITERIA WARALABA

- PP 42/2007 mengatur kriteria waralaba sebagai berikut:
 - a. memiliki ciri khas usaha;
 - b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
 - b. memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
 - c. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
 - d. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
 - e. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.
- Kriteria mudah diajarkan dan diaplikasikan merupakan hal yang tidak dapat diukur. Dalam penjelasan PP 42/2007, kriteria ini dijelaskan sebagai berikut: “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”.
- Jika melihat penjelasan tersebut, seharusnya sudah masuk dalam kriteria “memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis” dan “adanya dukungan yang berkesinambungan.
- Diusulkan untuk mengubah pengaturan kriteria waralaba dan disesuaikan dengan perkembangan dinamika waralaba, sehingga kriteria waralaba menjadi lebih jelas dan terukur untuk memudahkan pengawasannya.

3. LISENSI

- Sistem lisensi sering digunakan sebagai dalih bagi pelaku usaha yang menawarkan kemitraan dengan sistem waralaba, baik telah memenuhi maupun tidak memenuhi kriteria waralaba, untuk menghindari kewajiban pendaftaran waralaba.
- PP 42/2007 belum mengatur detail mengenai pembedaan lisensi dan waralaba untuk mencegah penggunaan istilah lisensi dalam sistem waralaba.

- Diusulkan pengaturan apabila suatu usaha telah memenuhi kriteria waralaba dan bermitra dengan pihak lain dalam pengembangan usahanya, wajib tunduk pada peraturan waralaba dan memiliki perizinan waralaba.

4. PROSPEKTUS DAN PERJANJIAN WARALABA

Mengatur mengenai informasi minimal yang harus tercantum dalam Prospektus dan Perjanjian Waralaba dengan memperhatikan kriteria lisensi dan waralaba.

5. PENDAFTARAN WARALABA

Penyesuaian pengaturan mengenai pendaftaran waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Risiko, terutama mengenai:

- Tata cara pendaftaran
- Dokumen persyaratan
- Masa berlaku izin

6. LARANGAN

Belum terdapat pengaturan mengenai kegiatan yang dilarang dalam penyelenggaraan waralaba dalam PP 42/2007. Diusulkan untuk mengatur klausul larangan penggunaan istilah waralaba apabila tidak memenuhi kriteria waralaba dan/atau tidak memiliki perizinan usaha di bidang waralaba.

7. SANKSI

Penyesuaian ketentuan mengenai sanksi bagi pelaku usaha waralaba yang tidak memiliki perizinan di bidang perdagangan (waralaba).