BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan umum tentang perjanjian

1. Pengertian perjanjian

Istilah perjanjian dalam Hukum Perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah *Overeenkomst* dalam Bahasa Belanda atau *Agreement* dalam Bahasa Inggris. *Overeenkomst* maupun *Agreement* dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai persetujuan.

Menurut Subekti, sebenarnya istilah perjanjian dan persetujuan itu sama. Hal ini sesuai dengan pendapatnya yang mengatakan bahwa: "suatu perjanjian juga dinamakan persetujuan karena dua pihak itu setuju untuk melakukan sesuatu." [3]

Pengertian perjanjian menurut Pasal 1313 Kitab Undang – undang Hukum Perdata adalah: suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Pengertian perjanjian yang diatur dalam pasal 1313 KUHPerdata tersebut mengandung kelemahan karena pengertian perjanjian tersebut kurang lengkap dan terlalu luas. Kurang lengkap karena pengertian perjanjian tersebut sekilas mengesankan bahwa hanya satu orang saja yang mengikatkan diri, sedangkan perjanjian tidak membebani hak pada satu pihak atau kewajiban pada pihak lain melainkan harus timbal balik. Pengertian perjanjian tersebut harus dipahami dalam pengertian bahwa para pihak saling mengikatkan diri secara timbal balik. Selain

[3] Subekti, Hukum Perjanjian, (Jakarta: PT. Intermasa, 1985), hlm. 1.

kurang lengkap, pengertian perjanjian tersebut juga dirasa terlalu luas, karena hanya menyatakan perbuatan saja. Tidak ada kejelasan perbuatan apa yang dimaksud dalam pasal tersebut. Perbuatan hukum atau perbuatan bukan hukum. Pengertian perjanjian tersebut harus dipahami sebagai perbuatan hukum, yaitu perbuatan yang mempunyai akibat hukum.

Sudikno Mertokusumo berpendapat bahwa, perjanjian adalah "hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum." [4]

Hubungan hukum antara kedua pihak tersebut, tercermin pada persesuaian kehendak dari para pihak, sehingga timbullah kata sepakat diantara para pihak. Tanpa kata sepakat ini, perjanjian tidak mungkin ada. Kesepakatan diantara para pihak berguna untuk menentukan peraturan atau kaedah maupun hak dan kewajiban, yang mengikat mereka untuk ditaati. Kesepakatan antara para pihak ini, dapat menimbulkan akibat hukum. Apabila kesepakatan ini dilanggar, maka ada akibat hukumnya bagi pihak yang melanggarnya dan kepadanya dapat dikenai sanksi. Kesepakatan antara para pihak ini, dapat diberikan secara lisan maupun tertulis.

2. Syarat sahnya perjanjian

Perjanjian *franchise* supaya berlaku mengikat bagi para pihak harus dibuat secara sah. Syarat sahnya perjanjian diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata, yang menyatakan bahwa:

---

[4] Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum (Suatu Pengantar), (Yogyakarta: Liberty, 1991), hlm. 96 – 97.

Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

a. Kesepakatan

Pembuat undang – undang tidak memberikan definisi mengenai arti kesepakatan, maka untuk memperoleh gambaran mengenai arti kesepakatan dapat diperoleh dari pendapat para ahli.

> J. Satrio berpendapat: untuk tercapainya kesepakatan, maka tentu harus ada satu pihak yang menawarkan, ada penawaran *(aanbod)* dan ada yang menerima penawaran tersebut *(akseptasi)*. Diterimanya / diakseptirnya penawaran kalau dipenuhi juga syarat – syarat essensialia yang lain akan menimbulkan perjanjian. Dengan demikian , maka yang namanya kesepakatan sebenarnya terdiri dari dari penawaran dan akseptasi. [5]

Perjanjian terjadi pada saat penawaran bertemu dengan penerimaan, sehingga pada akhirnya menimbulkan persesuaian kehendak mengenai hal – hal pokok yang akan diperjanjikan. Kesepakatan harus merupakan suatu pernyataan kehendak yang bebas dari para pihak tidak dipengaruhi oleh faktor lain di luar diri mereka yang berjanji.

Kesepakatan itu harus diwujudkan tanpa adanya kekhilafan, paksaan, dan penipuan. Pasal 1321 KUHPerdata menyatakan: Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan.

---

[5] J. Satrio, Hukum Perikatan , Perikatan yang Lahir dari Perjanjian, Buku I, (Bandung; PT. Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 234.

Kekhilafan

Menurut Abdulkadir Muhammad, "yang dimaksud dengan kekhilafan itu harus sedemikian rupa sehingga seandainya orang tidak khilaf mengenai hal itu ia tidak akan menyetujuinya." [6]

Para pihak harus mempunyai kesamaan pemahaman terhadap hal – hal pokok yang diperjanjikan, sehingga tidak menimbulkan kekhilafan bagi salah satu pihak yang akhirnya akan memberikan persetujuan terhadap sesuatu hal.

Kekhilafan, ada dua macam:

1. Kekhilafan mengenai hakikat benda yang menjadi obyek perjanjian *(Error in substantia)*

   Kekhilafan tersebut, diatur dalam pasal 1322 KUHPerdata: Kekhilafan tidak mengakibatkan batalnya suatu perjanjian selain apabila kekhilafan itu terjadi mengenai hakikat barang yang menjadi pokok perjanjian.

   Para pihak yang berjanji harus mempunyai kesepakatan atas benda yang menjadi obyek perjanjian, misalnya dalam perjanjian jual beli emas, harus dicapai kesepakatan mengenai berapa ukuran beratnya dalam gram, berapa kadar karatnya, bagaimana bentuknya.

2. Kekhilafan mengenai orang dengan siapa seseorang mengikatkan diri *(Error in persona)*

   Kekhilafan tersebut diatur dalam pasal 1322 kitab Undang – undang Hukum Perdata: Kekhilafan itu tidak menjadi sebab kebatalan, jika kekhilafan itu hanya terjadi mengenai dirinya orang dengan siapa seorang bermaksud membuat suatu perjanjian, kecuali jika perjanjian itu telah dibuat terutama karena mengingat dirinya orang tersebut.

---

[6] Abdulkadir Muhammad, Hukum Perikatan, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 91.

Identitas para pihak yang berjanji harus dinyatakan secara jelas dalam perjanjian sehingga tidak menimbulkan kekhilafan.

Paksaan

> Menurut Mariam Darus Badrulzaman, paksaan adalah: kekerasan jasmani atau ancaman (akan membuka rahasia) dengan sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum yang menimbulkan ketakutan pada seseorang sehingga ia membuat perjanjian. [7]

Paksaan ini dilakukan dengan kekerasan secara fisik dan non fisik yang dapat mempengaruhi pikiran salah satu pihak untuk menyetujui apa yang dikehendaki oleh pihak lainnya. Paksaan ini dapat menyebabkan batalnya suatu perjanjian.

Penipuan

Menurut Subekti, "penipuan terjadi apabila satu pihak dengan sengaja memberikan keterangan yang tidak benar, disertai dengan kelicikan – kelicikan sehingga pihak lain terbujuk karenanya untuk memberikan perizinan. " [8]

> Menurut Pasal 1328 KUHPerdata: Penipuan merupakan suatu alasan untuk pembatalan perjanjian, apabila tipu muslihat, yang dipakai oleh salah satu pihak, adalah sedemikian rupa hingga terang dan nyata bahwa pihak yang lain tidak telah membuat perikatan itu jika tidak dilakukan tipu muslihat itu.

Penipuan menurut pasal 1328 tersebut, menekankan arti pada tipu muslihat yang digunakan untuk mengelabui pihak lawan supaya menyetujui pendapatnya untuk membuat perjanjian.

---

[7] Mariam Darus Badrulzaman, KUHPerdata Buku III tentang Hukum Perikatan dengan Penjelasan, (Bandung: Alumni, 1982), hlm. 101.

[8] Subekti, Pokok – pokok Hukum Perikatan, (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 1983), hlm. 135.

Ketiga hal tersebut di atas merupakan cacat hukum yang diatur menurut Undang – Undang. Cacat hukum yang diatur menurut yurisprudensi adalah penyalahgunaan keadaan. Penyalahgunaan keadaan merupakan suatu keadaan dimana seseorang memberikan persetujuannya karena orang tersebut mempunyai kedudukan yang lebih lemah baik secara ekonomis maupun secara psikologis dibandingkan pihak lawan, kemudian kelemahan tersebut dimanfaatkan oleh pihak lawan yang mempunyai kedudukan lebih kuat tersebut untuk memaksa seseorang yang mempunyai kedudukan lebih lemah tersebut memberikan persetujuan.

b. Kecakapan

Kecakapan merupakan kemampuan subyek hukum untuk melakukan perbuatan hukum. Subyek hukum adalah pengemban hak dan kewajiban. Terdapat dua jenis subyek hukum yaitu orang dan Badan Hukum. Orang yang berhak membuat perjanjian harus cakap menurut hukum. Pembentuk undang – undang tidak memberikan pengertian mengenai arti kecakapan, melainkan hanya mengatur mengenai ketidakcakapan.

Menurut pasal 1330 : Tak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

1. Orang – orang yang belum dewasa.
2. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan.
3. Orang – orang perempuan, dalam hal – hal yang ditetapkan oleh undang – undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang – undang telah melarang membuat persetujuan – persetujuan tertentu.

Undang – Undang tidak memberikan pengertian secara tersurat mengenai orang yang sudah dewasa. Undang – Undang hanya menerangkan mengenai orang yang belum dewasa.

Menurut Pasal 330 KUHPerdata: Belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun dan tidak lebih dahulu telah kawin.

Berdasarkan pasal tersebut, maka dapat diketahui bahwa seseorang yang sudah berusia 21 tahun atau telah menikah dianggap telah dewasa dan cakap untuk melakukan perbuatan hukum.

Menurut Pasal 433 KUHPerdata: Setiap orang dewasa yang selalu berada dalam keadaan dungu, sakit otak atau mata gelap harus ditaruh di bawah pengampuan, pun jika ia cakap mempergunakan pikirannya. Seorang dewasa boleh juga ditaruh di bawah pengampuan karena keborosannya. Berdasarkan pasal tersebut, maka dapat diketahui bahwa orang – orang yang berada di bawah pengampuan adalah orang yang tidak cakap untuk melakukan perbuatan hukum. Seseorang yang cakap untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang tidak berada di bawah pengampuan.

Berdasarkan Pasal tersebut, seseorang dianggap cakap menurut hukum apabila tidak berada dalam keadaan dungu, sakit otak, mata gelap, dan tidak boros.

Menurut Pasal 108 ayat (1) dan (2) KUHPerdata:

(1) Seorang istri, biar ia kawin di luar persatuan harta kekayaan, atau telah berpisahan dalam hal itu sekalipun, namun tak bolehlah ia mengibahkan barang sesuatu atau memindahtangankannya, atau memperolehnya, baik dengan cuma – cuma maupun atas beban, melainkan dengan bantuan dalam akta, atau dengan izin tertulis dari suaminya.
(2) Seorang istri, biar ia telah dikuasakan oleh suaminya, untuk membuat suatu akta, atau untuk mengangkat suatu perjanjian sekalipun, namun tidaklah ia berhak, menerima sesuatu pembayaran, atau memberi perluasan atas itu, tanpa izin yang tegas dari suaminya.

Berdasarkan pasal tersebut, maka dapat diketahui bahwa perempuan dilarang untuk melakukan suatu perbuatan hanya mengenai harta kekayaan. Perempuan tidak diperbolehkan melakukan perbuatan mngenai harta kekayaan tanpa seizin suaminya. Pasal 108 KUHPerdata tersebut menjadi tidak berlaku dengan keluarnya SEMA No. 3 Tahun 1963 dan UU No. 1 Tahun 1974 yang memberikan hak kepada setiap perempuan untuk melakukan suatu perbuatan termasuk perbuatan yang berhubungan dengan harta kekayaan. Dikeluarkannya SEMA No.

3 tahun 1963 dan UU No. 1 Tahun 1974 telah memberikan hak kepada setiap perempuan sebagai orang yang cakap melakukan perbuatan hukum.

Selain orang, terdapat subyek hukum lain yaitu Badan Hukum.

> Menurut Wirjono Prodjodikoro, badan hukum adalah: suatu badan yang di samping manusia perorangan juga dapat bertindak di dalam hukum dan yang mempunyai hak – hak, kewajiban – kewajiban dan kepentingan – kepentingan hukum terhadap orang lain atau badan lain. [9]

Suatu badan hukum dianggap cakap jika telah memenuhi syarat – syarat pendirian badan hukum sesuai ketentuan yang berlaku dan telah mendapat izin dari Menteri Kehakiman.

c. Suatu hal tertentu

Pasal 1333KUHPerdata menyatakan bahwa: suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung.

Berdasarkan pasal tersebut, maka dapat diketahui bahwa obyek suatu perjanjian harus dapat ditentukan, setidaknya dapat ditentukan jenisnya dan juga setidaknya dapat dihitung. Jenis dari obyek yang tertentu ini berguna untuk mengetahui bahwa seseorang sudah atau belum memenuhi kewajibannya.

d. Suatu sebab yang halal

Menurut Pasal 1337 KUHPerdata: suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang – undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum.

Suatu sebab dapat dikatakan halal apabila tidak bertentangan dengan undang – undang, kesusilaaan, dan ketertiban umum.

---

[9] Wirdjono Prodjodikoro, Hukum Perkumpulan, Perseroan, dan Koperasi di Indonesia, (Jakarta: Dian Rakyat), hlm 9.

3. Asas – asas perjanjian

a. Asas konsensualisme

Asas konsensualisme mengandung maksud bahwa suatu perjanjian dianggap sah jika didasari kata sepakat antara para pihak. Adanya kata sepakat ini berarti suatu perjanjian sudah mempunyai akibat hukum, sehingga mulai saat itu sudah timbul hak dan kewajiban diantara para pihak.

b. Asas kekuatan mengikat suatu perjanjian

Asas ini mengandung maksud bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mempunyai kekuatan mengikat bagi para pihak yang membuatnya.

Asas ini tercermin di dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata: Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang – undang bagi mereka yang membuatnya.

Para pihak harus melaksanakan apa yang telah mereka sepakati, sehingga perjanjian itu berlaku sebagai Undang – undang, sehingga para pihak terikat untuk melaksanakan perjanjian yang telah dibuatnya.

c. Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak tersirat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata: Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi mereka yang membuatnya.

Subekti menyimpulkan bahwa Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata ini mengandung suatu asas kebebasan dalam membuat perjanjian (kebebasan berkontrak) atau menganut sistem terbuka. Dengan menekankan pada perkataan "semua" maka pasal tersebut seolah – olah berisikan suatu pernyataan kepada masyarakat tentang diperbolehkannya membuat perjanjian apa saja (asalkan dibuat secara sah) dan perjanjian itu akan mengikat mereka yang membuatnya seperti suatu undang – undang. [10]

---

[10] Hardijan Rusli, Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm 37.

Menurut Sutan Remy Sjahdeini, kebebasan berkontrak meliputi kebebasan para pihak untuk menentukan isi perjanjian, yang meliputi: [11]

- kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian,
- kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ia ingin membuat perjanjian,
- kebebasan menentukan atau memilih causa dari perjanjian yang akan dibuatnya,
- kebebasan menentukan obyek perjanjian,
- kebebasan menentukan bentuk suatu perjanjian,
- kebebasan menerima atau menyimpangi ketentuan Undang – undang yang bersifat operasional.

Asas kebebasan berkontrak mengandung maksud bahwa setiap orang mempunyai kebebasan dalam membuat perjanjian sepanjang dibuat sesuai keempat syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata yaitu didasari kesepakatan para pihak, kecakapan, obyek tertentu, dan sebab yang halal. Asas kebebasan berkontrak tersebut dibatasi oleh Pasal 1320 KUHPerdata.

B. Tinjaun umum tentang franchise

1. Sejarah dan pengertian *franchise*

Sejarah *franchise* dimulai pada tahun 1850 yang diawali oleh I.M Singer & Co. yang membentuk jaringan dealer mesin jahit. Praktek ini kemudian diikuti oleh dealer kendaraan bermotor, pembotolan minuman ringan, toko obat, pompa bensin dan restoran.

> Pertumbuhan *franchise* yang telah dimulai pada tahun 1850, baru mengalami perkembangan yang pesat pada tahun 1950 – an dan 1960 – an, di mana pusat pertumbuhannya adalah di Amerika Serikat. Pada tahun 1850 perusahaan I.M. Singer & Co telah menciptakan suatu bentuk pemasaran produknya dalam hal ini mesin – mesin jahit, di mana bentuk pemasaran produk tersebut dapat dianggap sebagai bentu embrio dari sistem *franchise.*

[11] Sutan Remy Sjahdeini, Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit di Bank Indonesia, (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1993), hlm. 47.

> Suatu ledakan terhadap sistem *franchise* terjadi pada dekade tahun 1950 – an dan 1960 – an di Amerika serikat. Perusahaan – perusahaan besar yang menjadi *franchisee* pada saat itu antara lain : Holidays Inns, Roto – Rooter, Dunkin Donuts, Mc Donalds, Burger King, H&R Block, Lee Myles, Midas, 7 – eleven, Dunhill Personel, Baskin Robbins, Wendys, Kentucky Fried Chicken, Pearle Vision Center, Sheraton, dan sebagainya. [12]

Waralaba mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1980 – an dengan masuknya perusahaan – perusahaan *franchise* dengan lisensi asing yang sebagian besar bergerak dalam bidang usaha fast food, seperti Mc Donald, Pizza Hut, Dunkin Donut's, Kentucky Fried Chicken.

> Istilah *franchise* berasal dari Bahasa Perancis pada abad pertengahan, yaitu: kata *franc* (bebas) atau *francher* (membebaskan), yang secara umum diartikan pemberian hak istimewa. Sejak tahun 1200 – an penguasa negara dan penguasa Gereja mengijinkan kekuasaan mereka kepada para pedagang dan ahli tukang dengan menggunakan alat yang dinamakan *chartes de franchise* yaitu hak untuk menggunakan atau mengolah hutan mereka. Sebagai timbal baliknya, mereka menuntut jasa tertentu atau uang. Kemudian *chartes de franchise* atau *lettres de franchise* memberi hak kepada para pedagang dan ahli tukang, dengan imbalan sejumlah uang yang sesuai untuk menyelenggarakan pasar dan pameran. Pengertian *franchise* kemudian diinterpretasikan sebagai pembebasan dari batasan tertentu atau juga sebagai kemungkinan tindakan tertentu yang dapat dilaksanakan, yang untuk orang lain dilarang. [13]

Demi memasyarakatkan sistem *franchise* di Indonesia dipandang perlu untuk mencari padanan kata yang lebih mudah dipakai, dibaca, diucapkan, dan berakar pada kata yang lazim di Indonesia. Pilihan kata untuk padanan istilah *franchise* adalah waralaba, yang pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen. Waralaba berasal dari kata "wara" yang berarti lebih atau

---

[12] Juajir Sumardi, Aspek – Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 2.

[13] Udin Silalahi, "Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa," (Makalah disampaikan dalam Diskusi Panel tentang Aspek Hukum Persaingan dalam Franchising dari Perspektif Civil Law di Fakultas Hukum UAJY, Yogyakarta, 1997), hlm. 1.

Pembinaan Manajemen. Waralaba berasal dari kata "wara" yang berarti lebih atau istimewa dan kata "laba" yang berarti untung. Waralaba dilihat dari sisi etimologi mengandung arti keuntungan yang istimewa, sedangkan *franchise* mengandung arti pemberian hak istimewa, sehingga dapat dikatakan *franchise* identik dengan waralaba.

Menurut Pasal 1 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997, waralaba adalah perikatan di mana 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.

Pada acara Konferensi Pers mengenai konsep perdagangan baru waralaba, serta pemasaran vertikal *franchising* yang dilaksanakan di Jakarta oleh Institut Pendidikan dan Pembinaan Managemen (IPPM), pada tanggal 25 Juni 1991, dikemukakan beberapa definisi *franchise*, antara lain :

1. *Franchise* adalah sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk *(franchisor)* memberikan kepada individu atau perusahaan lain *(franchisee)* yang berskala kecil dan menengah, hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu, dengan cara tertentu, waktu tertentu, dan di suatu tempat tertentu.
2. *Franchise* adalah sebuah metode pendistribuasian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode yang dijual ini disebut *"franchisor"* , sedangkan pemilik hak untuk menggunakan metode itu disebut *"franchisee"*.
3. *Franchising* adalah suatu hubungan berdasarkan kontrak antara *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* menawarkan dan berkewajiban menyediakan perhatian terus – menerus pada bisnis dari *franchisee* melalui penyediaan pengetahuan dan pelayanan. *Franchisee* beroperasi dengan menggunakan nama dagang, format atau prosedur yang dipunyai serta dikendalikan oleh *franchisor*. [14]

---

[14] Sumardi, Op.cit, hal 16 –17

Berdasarkan pengertian – pengertian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa *franchise* menurut IPPM merupakan suatu usaha pemasaran dari suatu perusahaan untuk memperluas pasaran produknya, dengan memberikan hak pada perusahaan lain untuk menjalankan usaha yang sama seperti pada perusahaan induknya yang dijalankan berdasarkan perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee.*

David J. Kaufmann memberi definisi *franchise* sebagai berikut :

> *Franchising* is a system or marketing and distribution where by a small independent businessman (the franchisee) is grated in return for a fee the right to market the goods and services of another (the franchisor) in accordance with the established standards and practice of the franchisor, and with the established assistance. [15]

Menurut David J. Kaufmann *franchise* merupakan suatu sistem pemasaran dan pendistribusian yang mana seorang *franchisee* akan diberikan hak untuk memasarkan barang dan jasa dari *franchisor*. *Franchisee* akan membayar *fee* kepada *franchisor* dan *franchisor* akan memberikan bantuan dan pengawasan terhadap *franchisee*.

Menurut Henry Campbell Black dalam Black's Law Dictionary, terdapat beberapa pengertian *franchise*, sebagai berikut :

1. *Franchise* is special privilege to do certain things conferred by government onindividual or corporation, and which does not be long to citizens generally of common right ; e.g, right grated to offer cable television service.
2. *Franchise* is a privilege or sold, such as to use a name or to sell product or services. The right given by a manufacturer or supplier to a retailer to use his products and name on terms and conditions mutually agreed upon.
3. *Franchise* is a license from owner of a trade mark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. [16]

---

[15] Kaufmann, David. J, Franchising: Business Strategies and Legal Compliance, Ttp: PLI Course Handbook, 1988), hlm. 17.

[16] Black, Henry Campbell, Black's Law Dictionary, (Minn West Publishing Co, 1990), hal 658

Menurut Henry Campbell Black, *franchise* dianggap sebagai suatu keistimewaan yang diberikan oleh pemerintah kepada individu atau perusahaan, untuk melakukan sesuatu usaha. Selain itu *franchise* juga merupakan keistimewaan tentang penjualan barang dan jasa, yang mana hak itu diberikan oleh pengusaha pabrik atau *supplier* kepada pedagang pengecer untuk menggunakan produknya dan mereknya sesuai dengan persyaratan yang ditentukan. *Franchise* juga merupakan suatu lisensi dari pemilik merek dagang yang memperbolehkan pihak lain untuk menjual suatu produk atau pelayanan berdasarkan merek dagang tersebut.

Pengertian *franchise* menurut *British Franchising Association* adalah:

Suatu lisensi kontraktual yang diberikan oleh seseorang *(propietor)* kepada orang lain *(franchisee)* yang:

1. mengijinkan atau meminta penerima waralaba melakukan selama jangka waktu waralaba, suatu bisnis tertentu berdasarkan atau memakai nama khusus yang dipunyai atau dihubungkan dengan pemberi waralaba.
2. memberi hak pemberi waralaba melaksanakan kontrol terus – menerus selama jangka waktu waralaba atas perilaku pelaksanaan bisnis waralaba oleh penerima waralaba.
3. mewajibkan pemberi waralaba memberi penerima waralaba bantuan dalam melaksanakan bisnis yang diatur dalam waralaba sehubungan dengan pengorganisasian bisnis waralaba, pelatihan staf, penjualan, pengelolaan, dan lain – lain,
4. meminta pemberi waralaba secara berkala selama jangka waktu waralaba untuk membayar pemberi waralaba sejumlah uang sebagai imbalan atas waralaba, atau bagi barang atau jasa yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. [17]

Menurut *British Franchising Association* dapat dikatakan bahwa *franchise* merupakan suatu hubungan bisnis antara *franchisor* dengan *franchisee* yang memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan bisnis yang sama seperti yang

[17] Oentoeng Soeropati, Hukum Kekayaan Intelektual dan Alih Teknologi, (Salatiga: FH. Universitas Satya Wacana, 1999), hlm. 141.

dikelola oleh *franchisor*. Hal itu menimbulkan kewajiban lebih lanjut bagi *franchisor* untuk melakukan bimbingan kepada *franchisee* dan *franchisee* berkewajiban membayar sejumlah uang tertentu kepada *franchisor*.

Berdasarkan kesamaan unsur – unsur yang terdapat di dalam beberapa pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa *franchise* merupakan salah satu strategi pemasaran barang dan atau jasa untuk memperluas pangsa pasar dengan melibatkan dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*, dengan pemberian lisensi merek pada *franchisee* untuk memproduksi produk yang sama dengan merek dagang yang sama seperti yang dikelola oleh *franchisor*. Pada sistem *franchise* ini harus lebih dahulu terdapat pelaku bisnis yang sukses terlebih dahulu, lalu kesuksessan itu disebarluaskan pada pihak lain. Kesuksesan tersebut disebarluaskan dengan cara memberikan hak istimewa kepada *franchisee* untuk melakukan bisnis yang sama yang telah dikelola terlebih dahulu oleh *franchisor*. Pemberian hak istimewa untuk melakukan pengelolaan bisnis *franchise* tersebut dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai perjanjian yang disepakati. Selama jangka waktu tersebut, *franchisor* berkewajiban memberikan pelatihan kepada *franchisee* termasuk memberikan cara – cara pengelolaan usaha kepada *franchisee*, sehingga dengan demikian *franchisee* dapat dengan mudah menguasai sistem *franchise* tersebut. *Franchisee* berkewajiban membayar sejumlah uang tertentu kepada *franchisor* sebagai imbalan atas bimbingan yang telah diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

2. Jenis – jenis *franchise*

Federal Trade Commision I Amerika Serikat , mengidentifikasikan tiga jenis *franchise* sebagai berikut :

1. *Business format franchise*

Pewaralaba *(franchisee)* diberikan lisensi untuk melakukan usaha dengan menggunakan paket bisnis dan merek dagang yang telah dikembangkan oleh pengwaralaba (franchisor). Jenis ini dipakai pada usaha *fast food, hotel* dan *business aids and services.* Jenis waralaba format bisnis inilah yang paling berkembang. [18]

Sejalan dengan itu Juajir Sumardi mengungkapkan bahwa ada tiga jenis format bisnis franchise, yaitu: [19]

a. *Franchise* pekerjaan

Dalam bentuk ini *franchisee* yang menjalankan usaha *franchise* pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya, ia mungkin menjual jasa penyetelan mesin mobil dengan merek *franchise* tertentu. Bentuk *franchise* seperti ini cenderung paling murah, umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan.

b. *Franchise* usaha

Pada saat ini franchise usaha adalah bidang franchise yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran fast food, toko cetak langsung jadi seperti prontaprint dan Kall – Kwik, restoran fast food seperti Kentucky Fried chicken dan Pizza Express, merupakan contoh yang paling banyak dikenal dalam kelompok ini. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari franchise pekerjaan karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

---

[18] V. Winarto, "Pengembangan Waralaba (Franchising) di Indonesia Aspek Hukum dan Non Hukum," Manajemen, (Januari – Februari 1994) : 9

[19] Sumardi, Op.cit, hlm 23 – 24

c. ***Franchise*** **Investasi**

Ciri utama yang membedakan jenis franchise ini dari franchise pekerjaan dan franchise usaha adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. Franchise investasi adalah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan mungkin mencapai milyaran. Perusahaan yang mengambil franchise investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelelolaan usaha baru itu sehingga ia memilih jalan dengan mengambil sistem franchise jenis ini, misalnya suatu hotel, maka dipilih cara *franchising* yang memungkinkan agar mereka memperoleh bimbingan dan dukungan.

2. ***Product Franchise***

Pengwaralaba *(franchisor)* menghasilkan produk dan pewaralaba *(franchisee)* menyediakan outlet untuk produk yang dihasilkan oleh pengwaralaba. Jenis waralaba ini dipakai misalnya pada keagenan sepatu dan pompa bensin.

3. ***Business Opportunity Ventures***

Pewaralaba *(franchisee)* mendistribusikan produk dan jasa sesuai dengan sistem yang ditetapkan oleh pengwaralaba *(franchisor)*, walaupun produk dan jasa tersebut tidak menggunakan merek dagang pengwaralaba. Contoh jenis waralaba ini, misalnya *vending machine*. [20]

Badan Pengembangan Industri Kecil pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan membedakan jenis - jenis waralaba berdasarkan substansi kemitraannya, sebagai berikut: [21]

1. **Produk dan merk dagang**

Penerima waralaba boleh membuat produk (membuat turunannya/menggandakan aslinya, seperti kaset lagu) dan menggunakan merek dagang dari Pemberi Waralaba, serta mengedarkannya (menjual) untuk wilayah tertentu. Penerima waralaba bebas menggunakan cara – cara dalam mengedarkan (menjual), tetapi wajib memenuhi persyaratan mutu, desain dan

[20] Winarto, loc.cit

[21] Badan Pengembangan Industri Kecil Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Panduan Umum Pengembangan Kemitraan Waralaba, (Jakarta: Badan Pengembangan Industri Kecil Deperindag, 1997), hlm. 8 - 12

kemasan produk serta bentuk huruf dan warna dari merek dagang. Contohnya: kaset lagu barat yang diedarkan di Indonesia, produk – produk sepatu, tas dan ikat pinggang dengan merek – merek luar negeri (bukan bajakan). Dalam hal ini, penerima waralaba membayar "fee" dan/atau "royalty" kepada pemberi waralaba. Pemberi waralaba memberi hak tunggal hanya sebatas memproduksi, menggunakan merek dagang, mengedarkan (menjual) untuk wilayah tertentu, kepada penerima waralaba. Ini biasa juga disebut lisensi.

2. Manufaktur *(manufacturing)*

Dalam hal ini penerima waralaba wajib mengikuti metoda manufaktur yang ditetapkan oleh pemberi waralaba (manufacturing method). Contohnya Coca – cola, Pepsi dan beberapa minyak wangi dari luar negeri. Biasanya para penerima waralaba tersebut di atas disebut "Botler". Bahan – bahan inti (biangnya) disuplai oleh pemberi waralaba, dan tidak diperkenankan dibuat oleh penerima waralaba, semata – mata demi menjaga kesamaan produk untuk seluruh wilayah peredaran. Ini juga untuk melindungi diri bagi pemberi waralaba yang formula bahan baku inti (biang) dari produknya merupakan rahasia.

Penerima waralaba berhak mengedarkan (menjual) produk tersebut dengan menggunakan merek dagang dari pemberi waralaba, dan bebas dalam menggunakan cara – cara mengedarkannya (menjual).

Pada dasarnya penerima waralaba membayar *"fee"* dan/atau *"royalty"*, namun pada Botler seperti Coca – cola dan Pepsi, *"fee"* dan/atau *"royalty"* itu tidak pernah disebut tetapi dimasukkan dalam harga baku inti (biang/concentrates) yang mencapai tidak kurang dari 12% dari net sales.

Pemberi waralaba memberikan selain hak tunggal untuk wilayah tertentu seperti pada Penerima Waralaba Produk dan merk dagang, juga memberikan pelatihan, bimbingan maupun *"on going services"* berupa:

- Sistem manufaktur.
- Marketing Co-opt (Bantuan biaya pengiklanan "fifty-fifty" untuk "brand buiding".
- Quality Control Audit dan Training.
- Operating System advice (dalam arti luas)

3. Format bisnis (Business format)

Waralaba jenis ini adalah yang paling populer serta digemari terutama bagi penerima waralaba yang pengalamannya dalam mengelola dan mengorganisir suatu usaha masih sedikit. Mengapa demikian? Tidak lain karena aspek – aspek A sampai dengan Z dalam mengelola dan mengorganisir usaha yang diwaralabakan tersebut telah distandarisasikan oleh pemberi waralaba, sehingga mudah bagi penerima waralaba untuk menguasai dan

mengoperasikannya. Termasuk dalam jenis ini adalah: restoran, ritel, dan hotel.

Penerima waralaba jenis ini, membayar *"initial fee"* dan *"royalty"* kepada pemberi waralaba. Besar kecilnya *"initial fee"* tergantung besar kecilnya pemberi waralaba, yang boleh dikatakan agak subyektif. Akan tetapi mengenai *"royalty"*, umumnya hampir semua sama, yaitu berkisar 8 sampai dengan 10% tiap bulan. Termasuk di dalamnya dana untuk biaya pengiklanan/ promosi bersama sebesar 2%.

Pemberi waralaba jenis ini, seperti misalnya MBOK BEREK Ny. Umi selain memberikan hak untuk menggunakan nama dagang, citra dan sistem miliknya kepada penerima waralaba, ia juga terikat untuk memberikan bantuan teknis *(know how)*, antara lain:

a. Operasi Kantor, misalnya: dalam hal penentuan lokasi restoran, interior design restoran, penyusunan rencana bisnis, penyusunan rencana keuangan, struktur organisasi kantor, job description masing – masing bagian, recruiting karyawan, dan sebagainya.
b. Marketing, misalnya: program pengenalan restoran *(canvassing)*, penentuan segmen pasar, alternatif dan strategi pasar, perluasan jaringan pemasaran, kerjasama iklan dan promosi, dan sebagainya.
c. Training, misalnya: pelatihan dalam hal teknik memasak, teknik penyajian makanan, manajemen, pajak, keuangan, accounting, administrasi, pergudangan, dan sebagainya.
d. Administratif, misalnya: format laporan produksi, format laporan pembelian dan penjualan, teknik filing dan membuat surat, teknik pencatatan arus barang, dan sebagainya.
e. Keuangan, misalnya: format buku kas harian, format buku besar, format laporan pendapatan harian, mingguan, bulanan, perpajakan, dan sebagainya.
f. Pembelian Borongan, misalnya: meja dan kursi restoran, peralatan makan, perlengkapan dapur, bahan – bahan mentah, barang – barang promosi, seperti: box makanan, tas plastik, brosur – brosur, payung, jam dinding, sticker, dan sebagainya.

3. Perjanjian *franchise*

Usaha *franchise* selama ini dijalankan dengan berdasarkan pada perjanjian *franchise* yang dibuat oleh *franchisor* dan *franchisee*. Perjanjian *franchise* yang dibuat oleh para pihak tersebut akan menjadi pedoman dalam menjalankan kerjasama tersebut.

Perjanjian *franchise* merupakan perjanjian jenis baru di luar jenis – jenis perjanjian bernama yang diatur dalam Buku III KUHPerdata dan KUHDagang.

Perjanjian Franchise tunduk pada Pasal 1319 KUHPerdata: Semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan – peraturan umum, yang termuat di dalam bab ini dan bab yang lalu.

Berdasarkan pasal tersebut di atas, walaupun Perjanjian Franchise tidak termasuk di dalam perjanjian bernama yang diatur dalam KUHPerdata tetapi Perjanjian Franchise tetap tunduk pada KUHPerdata.

Perjanjian *franchise* harus dibuat secara tertulis dalam Bahasa Indonesia, seperti yang diatur dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2) PP No. 16 Tahun 1997 jo Pasal 2 ayat (1) dan (2) SK Menperindag No. 259/MPP/Kep/7/1997 yang dirumuskan sebagai berikut :

(1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba.
(2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam Bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku Hukum Indonesia.

Sebelum membuat perjanjian, *franchisor* berkewajiban untuk menyampaikan *prospektus* kepada *franchisee. Prospektus* merupakan gambaran mengenai usaha waralaba yang akan dijalankan.

Prospektus diatur dalam pasal 3 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 jo pasal 5 SK Menperindag No. 259/MPP/Kep/7/1997:

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima waralaba secara tertulis dan benar sekurang – kurangnya mengenai:
a. Identitas Pemberi waralaba berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya, termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir;
b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek 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. Cara – cara dan syarat pengakhiran, pemutudan, dan perpanjangan perjanjian waralaba;
g. Hal – hal lain yang perlu diketahui Penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba berikut keterangan tertulis tersebut wajib didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI sesuai ketentuan yang berlaku dalam PP No. 16 tahun 1997 dan SK Menperindag No. 259/MPP/Kep/7/1997.

Sesuai Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur mengenai syarat sahnya perjanjian pada umumnya, maka perjanjian *franchise* dapat dikatakan sah apabila memenuhi keempat syarat sahnya perjanjian tersebut. Perjanjian *franchise* dapat dikatakan sah apabila didasari kesepakatan para pihak. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian franchise diwujudkan dengan penandatanganan perjanjian *franchise* dari para pihak. Selain itu, supaya perjanjian *franchise* menjadi sah harus dibuat oleh para pihak yang sudah berusia 21 tahun atau lebih atau yang sudah menikah. Perjanjian *franchise* juga harus memuat obyek dari usaha waralaba yang akan dijalankan, serta didasari dengan sebab yang halal yang tidak boleh bertentangan dengan Undang – undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

a. Masa berlakunya perjanjian *franchise*

Menurut pasal 8 SK Menperindag No. 259/MPP/Kep/7/1997: jangka waktu perjanjian waralaba berlaku sekurang – kurangnya 5 (lima) tahun.

Berdasarkan pasal tersebut diatas, dapat diketahui bahwa perjanjian *franchise* berlaku sekurang – kurangnya 5 (lima) tahun, sehingga kemungkinan dapat diperpanjang. Namun demikian, sesuai asas kebebasan berkontrak para

pihak bebas untuk menentukan jangka waktu perjanjian *franchise*, sehingga selain dapat diperpanjang maka perjanjian *franchise* juga dapat dipersingkat sesuai kesepakatan bersama.

b. Berakhirnya perjanjian *franchise*

Perjanjian *franchise* dapat berakhir secara legal dan non legal. Perjanjian *franchise* berakhir secara legal apabila perjanjian sudah dilaksanakan sesuai kesepakatan para pihak. Perjanjian *franchise* dapat berakhir secara non legal yang mana jangka waktu perjanjian dipersingkat dengan pemutusan perjanjian secara sepihak. Pemutusan perjanjian secara sepihak biasanya dilakukan oleh *franchisor*.

Menurut Suharnoko, seorang *franchisor* dapat memutuskan perjanjian dengan *franchisee* jika:

a. *Franchisee* melanggar perjanjian, dan setelah diperingatkan dan diberi kesempatan untuk memenuhi perjanjian, tidak melakukannya dalam jangka waktu 30 hari.
b. *Franchisee* mengalihkan aset perusahaan kepada kreditur atau pihak ketiga.
c. *Franchisee* meninggalkan dan menelantarkan tempat usaha.
d. *Franchisee* dihukum karena terlibat kejahatan yang merugikan merek dan nama perusahaan franchisor.
e. *Franchisee* berkali – kali melanggar perjanjian. [22]

Perjanjian *franchise* dapat berakhir secara legal dan non legal. Apabila perjanjian *franchise* telah berakhir baik secara legal maupun non legal maka *franchisee* tidak lagi mempunyai hak untuk menjalankan usaha waralaba tersebut. *Franchisee* harus mengembalikan semua buku panduan, menghentikan

[22] Suharnoko, "Pemutusan Perjanjian dan Perlindungan Hukum Bagi Franchisee", Hukum dan Pembangunan Nomor 6 Tahun XXVI, (Desember 1996) : 504

penggunaan sistem dan rumus apapun yang disediakan oleh *franchisor*, tidak menggunakan semua papan nama dan referensi dan mengembalikannya kepada *franchisor*, dan tidak boleh mengoperasikan bisnis dari *franchisor*.

4. Isi perjanjian *franchise*

Perjanjian *franchise* pada umumnya memuat mengenai hak dan kewajiban para pihak. Hal ini harus dibuat secara rinci untuk memberi panduan atau pedoman yang dapat digunakan dalam melaksanakan perjanjian sehingga tidak menimbulkan kerugian di satu pihak.

Dov Izraeli mengemukakan hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee* sebagai berikut: [23]

1. Hak – hak dan kewajiban *franchisee*

***Franchisee* memiliki hak – hak sebagai berikut:**

a. Hak untuk menggunakan nama dagang, merek dagang dan reputasi *franchisor.*

b. Hak untuk menggunakan tata letak *(layout)*, desain, paten, cara kerja, peralatan, dan produk – produk yang dikembangkan oleh *franchisor.*

c. Hak untuk menggunakan seluruh pusat pelayanan dari operasi yang dibuat untuk membantu *franchisee*. Ini bisa berupa pelatihan dan konsultasi profesional tentang manajemen, produksi dan pemasaran, bantuan dalam hal desain, pelaksanaan dan pembiayaan konstruksi serta peralatan yang diperlukan untuk usaha, pusat pembelian dan penyaluran barang atau produk secara efisien dengan harga yang relatif lebih murah, iklan dan teknik – teknik promosi penjualan lainnya, pembukuan akuntansi dan program asuransi.

d. Hak eksklusif untuk beroperasi di lokasi atau areal tertentu, tanpa adanya kompetisi dari *franchisor* atau *franchisee* lainnya.

***Franchisee* mempunyai kewajiban sebagai berikut:**

a. Untuk meningkatkan penjualan produk dan / atau jasa milik *franchisor*.

b. Untuk mempertahankan standar kualitas produk dan / atau jasa.

c. Untuk bekerjasama dan ada koordinasi atas aktivitasnya dengan *franchisor* atau dengan *franchisee* lainnya.

---

[23] Izraeli, Dov, Franchising and The Total Distribution System, (London: Logman, 1972), hlm 33 – 36.

d. Untuk meningkatkan citra dan reputasi usaha.
e. Untuk memenuhi pembayaran yang ditentukan kepada *franchisor.*

2. Hak dan kewajiban *franchisor*

***Franchisor* mempunyai hak sebagai berikut:**

a. Menerima pembayaran dari *franchisee.* Ada dua jenis pembayaran: pembayaran seketika pada tahap awal operasi usaha *franchise,* dan pembayaran terus menerus sepanjang periode kerjasama. Ada paket – paket *franchise* yang hanya mencantumkan salah satu jenis pembayaran. Pembayaran jenis pertama adalah sebagai imbalan atas hak bergabung dengan sistem, untuk areal perdagangan khusus, untuk bantuan dalam mencari lokasi usaha atau mendesain layoutnya untuk training awal bagi *franchisee* dan para karyawannya, untuk peralatan dan stok mula – mula dan sebagainya. Pembayaran jenis kedua meliputi *royalty,* sebagai presentase pendapatan atau laba, disamping biaya sewa tempat atau peralatan, pembayaran untuk penyediaan barang dagangan, untuk kemasan, dan sebagainya.

Apapun jenisnya pembayaran, dianjurkan agar ada alasan yang pasti untuk tiap pembayaran dan dijelaskan secara rinci. Seringnya terjadi konflik antara *franchisor* dengan *franchisee*, berangkat dari ketidakjelasan pihak kedua *(franchisee)* tentang layanan apa yang diperoleh sebagai ganti uang yang telah dibayarnya. *Franchisee* mungkin curiga, dan ini ternyata tidak selalu salah, bahwa *franchisor* menggunakan kontrak untuk memaksanya membayar sesuatu yang tidak ia peroleh. Oleh karena itu, adalah bijaksana bagi *franchisor* untuk meyakinkan kembali para *franchisee* dengan merinci dalam kontrak layanan yang bisa diharapkan untuk tiap pembayaran. Imbalan *(fee)* dan *royalty* yang kadang berlebihan yang diminta oleh beberapa *franchisor*, telah menjadi masalah yang mengundang kritik masyarakat. Ini merupakan suatu bentuk penyimpangan lain yang telah mendorong timbulnya tuntutan akan kontrol hukum atas pihak *franchisor.*

b. *Franchisor* berhak untuk mengontrol usaha waralaba yang dijalankan oleh franchisee. Ada tiga tujuan utama yang ingin dicapai *franchisor* dengan mengontrol usaha *franchise:*
   - Untuk memastikan bahwa semua pembayaran yang menjadi hak berdasarkan perjanjian *franchise* bisa dibayar dengan segera.
   - Untuk menjamin bahwa para *franchisee* berhasil.
   - Untuk mencegah *franchisee* merusak citra usaha melayani standar operasi yang jelek atau sebagai akibat tindakan tertentu yang melanggar perjanjian.

Kontrak bisa mencakup dua jenis kontrak, yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan – tujuan di atas. Yang pertama adalah sistem komunikasi, seperti laporan berkala yang harus diserahkan oleh *franchisee* tentang

berbagai aktivitas usaha. *Franchisor* tetap memiliki hak untuk mengunjungi usaha *franchise* tersebut dan memeriksa pembukuan, keberhasilan, kualitas, atau aspek lain dalam usaha tersebut. Yang kedua adalah sistem sanksi, seperti pengurangan bantuan, gugatan pengadilan, tidak memperpanjang kontrak yang telah berakhir, dan lain – lain.

Kewajiban *franchisor:*
Franchisor harus menyediakan semua jasa / layanan yang diuraikan dalam prospektus, dalam penerbitan lain dan juga hal – hal yang dijanjikan olehnya atau oleh perwakilannya sebelum mereka menandatangani kontrak.

Berdasarkan hak dan kewajiban para pihak tersebut maka terdapat klausula – klausula yang pada umumnya dicantumkan dalam Perjanjian *Franchise.* Pada Perjanjian Waralaba Internasional biasanya terdapat klausula – klausula berikut ini:

[24]

1. **Klausula lisensi**
   Klausula ini memuat pemberian suatu izin khusus kepada penerima waralaba untuk jangka waktu tertentu, dengan atau tanpa hak mensub – lisensikan, menggunakan merek semata – mata dalam hubungan langsung dengan penjualan produk yang diwaralaba di wilayah pemasaran yang ditentukan. Pemberi waralaba dinyatakan biasanya dilarang untuk menjual sendiri produk tersebut dalam suatu radius tertentu dari wilayah tersebut agar tidak menyaingi bisnis penerima waralaba. Setelah berakhirnya jangka waktu perjanjian biasanya penerima waralaba diberi opsi untuk memperbarui lisensi dengan syarat – syarat tertentu. Akan tetapi pemberi waralaba biasanya tidak memberi hak eksklusif kepada penerima waralaba dalam penentuan lokasi outlets di wilayah tersebut sehingga tetap diperlukan izin dari pemberi waralaba.

2. **Klausula buku petunjuk**
   Dalam klausula ini dinyatakan bahwa pemberi waralaba akan dengan cuma – cuma memberikan suatu buku petunjuk (manual) atau terbitan lain yang memuat standard – standard yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba. Pada akhir berlakunya perjanjian, buku petunjuk dan terbitan lain itu jika diminta harus diserahkan kembali kepada pemberi waralaba. Segala perubahan atau penambahan atas buku petunjuk tersebut akan disampaikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba dari waktu ke waktu.

---

[24] Soeropati, Op.cit, hlm. 146 – 150.

3. **Klausula standard operasi dan supervisi**
   Penerima waralaba harus mengoperasikan bisnisnya sesuai dengan standard operasi yang disepakati, misalnya tidak membuat, menjual, mrengiklankan produk sejenis selain makanan dan minuman yang disepakati. Pemberi waralaba dari waktu ke waktu akan melakukan supervisi atas kualitas dan unformitas produk. Akan tetapi penerima waralaba diperbolehkan untuk menetapkan sendiri harga penjualan produk tersebut. Petugas – petugas dari pemberi waralaba berhak memasuki wilayah pemasaran untuk mengawasi apakah bisnis dijalankan sesuai perjanjian. Jika penerima waralaba tidak melaksanakan bisnis sebagaimana mestinya, petugas – petugas tersebut berhak untuk mengkoreksi dan memperbaiki.

4. **Klausula merek**
   Meskipun ada klausula pemberian lisensi, penerima waralaba biasanya dinyatakan tidak memperoleh hak apapun, atas titel ataupun kepentingan tertentu yang terkait dengan merek atau *"good will"* yang terkait dengannya. Penerima waralaba dalam segala hal harus mengikuti instruksi pemberi waralaba tentang penggunaan yang benar dari merek yang dilisensikan. Pemberi waralaba biasanya yang harus melindungi dan mempertahankan merek tersebut terhadap pelanggaran hak oleh pihak ketiga.

5. **Klausula pengiklanan**
   Pengiklanan produk menyangkut keberhasilan bisnis dan reputasi produk yang menggunakan merek yang dilisensikan. Oleh sebab itu biasanya penerima waralaba diharuskan untuk menyisihkan sebagian hasil penjualan untuk mengiklankan bisnisnya di wilayah yang bersangkutan. Wujud dan isi dari iklan tersebut haruslah memuaskan pemberi waralaba, setelah diberitahu oleh pemberi waralaba segera mungkin penerima waralaba harus membuang atau menghentikan iklan yang tidak memuaskan .

6. **Klausula bahan baku**
   Penerima waralaba harus membeli bahan baku, seperti pasokan, bumbu dan peralatan, yang digunakan untuk membuat produk yang diwaralaba dari pemasok yang disetujui oleh pemberi waralaba.

7. **Klausula imbalan**
   Sebagai imbalan pemberian waralaba maka penerima waralaba harus membayar ongkos *(fee)* dan *royalty.* Ongkos dibedakan antara ongkos awal *(initial franchise fee)* yang dibayar sekali pada saat permulaan pelaksanaan Perjanjian Waralaba dan ongkos jasa *(service fee)* yang dibayar setiap bulan. *Royalty* dibayarkan berdasarkan prosentase tertentu dari hasil penjualan secara berkala. Akan tetapi untuk waralaba produk tertentu, ada kalanya *royalty* tidak diharuskan pembayarannya, tetapi ongkos layanan selalu diharuskan .

8. **Klausula rahasia dagang**
   Klausula ini dirancang untuk menjaga konfidensialitas informasi penerima waralaba perlu diwajibkan untuk tetap merahasiakan informasi yang tercantum dalam Manual, formula – formula atau resep – resep bisnis yang dilisensikan. Penerima waralaba harus meyakinkan bahwa para direktur, eksekutif, pegawai dan agen tidak melakukan pelanggran kepercayaan *(breach of trust)* yang diberikan kepada mereka dengan mengungkap, meniru, menjual atau membocorkan kepada pihak lain. Suatu sanksi pembayaran ganti rugi dalam jumlah uang tertentu perlu ditetapkan atas pengungkapan rahasia dagang.

9. **Klausula keadaan kahar**
   Dalam perjanjian perlu ditentukan peristiwa apa saja yang jika dilakukan salah satu pihak menciptakan keadaan kahar *(default)*. Pihak lain yang dirugikan dapat meminta dilakukan tindakan tertentu agar keadaan kahar tidak sampai mengakibatkan pelanggaran janji *(breach of contract)*.

10. **Klausula hak dan kewajiban setelah waralaba berakhir**
    Dalam hal diakhirinya atau berakhirnya perjanjian waralaba harus diatur hak dan kewajiban masing – masing pihak.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan klausula – klausula yang sebaiknya dimuat dalam Perjanjian *Franchise* sebagaimana telah diatur dalam Pasal 7 ayat (1) SK Menperindag Nomor 259/MPP/KEP/7/1997:

Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dan penerima waralaba sekurang – kurangnya memuat klausula mengenai:

a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing – masing;
b. Nama dan jabatan masing – masing pihak yang berwenang menandatangi perjanjian;
c. Nama dan jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
d. Hak dan kewajiban masing – masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
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.

Pasal 7 ayat (1) tersebut dibuat sebagai *"guide lines"* yang sebaiknya dimuat di dalam perjanjian waralaba.

C. Tinjauan umum tentang persaingan usaha

1. Pengertian persaingan

Prinsip perdagangan bebas yang dilandasi oleh pemikiran bahwa seluruh masyarakat Internasional diberi kesempatan yang sama untuk saling berkompetisi dalam menghasilkan produk yang paling berkualitas, maka akan membawa berbagai dampak bagi kehidupan perekonomian suatu bangsa. Adanya perdagangan bebas akan lebih membuka kesempatan kepada para pelaku usaha baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri untuk bersaing lebih kompetitif, dalam menjual produknya baik dalam wilayah negaranya sendiri maupun dalam wilayah negala lain.

Henry Campbell Black mengartikan persaingan dengan istilah *competition* yaitu:

> Contest of two rivals. The effort of two or more parties, acting independently, to secure the business of a third party by the effort of the most favourable terms: also the relations between different buyers or different sellers which result from this effort. It is the struggle between rivals for the same trade at the same time; the act of seeking or endeavouring by two or more to obtain the same object or result. [25]

Henry Campbell Black mensyaratkan adanya dua pihak atau lebih yang bersaing. Persaingan ini dilakukan secara bebas oleh dua atau lebih kelompok –

---

[25]Black, Op.cit, hlm. 284.

kelompok dagang dalam bidang usaha yang sama. Para pelaku usaha dapat dikatakan melakukan persaingan apabila melakukan usaha – usaha untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan tujuan untuk menyaingi pelaku usaha lainnya dalam bidang usaha yang sama dengan produk yang sejenis.

Sejalan dengan itu Asri Sitompul, mengemukakan hal – hal yang harus dipertimbangkan dalam menganalisis persaingan usaha, sebagai berikut:

1. Jenis produk barang dan jasa. Persaingan yang terjadi biasanya adalah atas jenis produk barang atau jasa yang sama atau yang berupa substitusinya, misalnya antara produk makanan kaleng dengan makanan kaleng, transportasi dengan transportasi yang sejenis atau subtitusinya.
2. Wilayah pasar juga merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan untuk masing – masing produk dan jasa, misalnya untuk jasa cleaning service, tentu akan berbeda wilayah pasarnya dengan produk industri kayu lapis atau industri mie instant. Demikian pula ketersediaan produk alternatif harus ikut dipertimbangkan dalam menentukan ada atau tidaknya hambatan terhadap persaingan usaha.
3. Kondisi – kondisi perusahan – perusahaan yang bersaing juga harus dipertimbangkan, apakah mereka menggunakan peralatan dan mesin yang sejenis, bagaimana tingkat kemampuan sumber daya manusianya, apakah suatu perusahaan akan dapat dengan mudah mengalihkan sumber dayanya untuk memproduksi barang yang sama dengan perusahaan lain hanya dengan menambah beberapa peralatan. [26]

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, para pelaku usaha dapat dikatakan bersaing apabila menjalankan usaha perdagangan dalam bidang yang sama dengan produk barang dan atau jasa yang sama termasuk barang dan atau jasa substitusi. Hal ini tentunya membawa pengaruh bagi wilayah pemasarannya. Apabila bidang usaha yang dilakukan dan produk yang dihasilkan adalah sejenis, maka wilayah pasarnyapun sama.

---

[26] Asri Sitompul, Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan Terhadap Undang – undang Nomor 5 Tahun 1999), (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 17 – 18.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diperoleh intisari bahwa untuk terjadinya persaingan diperlukan unsur – unsur sebagai berikut:

1. Adanya dua atau lebih pelaku usaha yang bersaing.
2. Pelaku usaha tersebut melakukan usaha di bidang usaha yang sama dengan menghasilkan barang dan atau jasa yang sejenis.

2. Pengertian persaingan curang

Persaingan usaha yang terjadi antar pelaku usaha saat ini sebagai bentuk manifestasi dari motif mencari keuntungan. Motif mencari keuntungan ini memang merupakan suatu hal yang wajar dalam dunia bisnis. Tidak ada bisnis yang bertujuan untuk merugi. Namun demikian, dalam mencari keuntungan yang sebesar – besarnya dengan usaha – usaha yang sekecil – kecilnya ini diharapkan tetap dalam artian *fair competition.*

Perdagangan bebas telah memberikan suatu landasan pemikiran bahwa dalam dunia usaha harus dihindarkan berbagai praktek – praktek bisnis yang tidak jujur, supaya keadaan pasar perekonomian tersebut lebih jujur, bersih dan berkeadilan sosial demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

Persaingan dalam dunia usaha dapat terjadi secara wajar dan tidak wajar. Persaingan usaha dikatakan wajar apabila tidak menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain. Para pelaku usaha diperbolehkan melakukan usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada pelaku usaha lainnya, sepanjang hal itu tidak menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain. Persaingan usaha dikatakan tidak wajar apabila dalam usaha mencari keuntungan

yang lebih besar dari pelaku usaha yang lain dilakukan dengan cara – cara yang tidak jujur maupun bertentangan dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Pengertian persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 butir 6 UU No. 5 Tahun 1999 adalah : persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Berdasarkan bunyi pasal tersebut di atas, suatu praktek persaingan usaha tidak sehat dianggap terjadi, apabila memenuhi tiga kriteria, sebagai berikut:

1. Persaingan tersebut merupakan persaingan antar pelaku usaha.
2. Persaingan tersebut mencakup bidang produksi dan / atau distribusi produk barang dan / atau jasa.
3. Persaingan tersebut dilakukan secara tidak jujur, atau melawan hukum, atau menghambat persaingan usaha.

Persaingan tidak wajar dapat dilakukan dengan cara yang tidak jujur. Henry Campbell Black menjelaskan pengertian persaingan tidak jujur dengan menggunakan istilah *unfair competition.*

> Unfair competition is a term which may be applied generally to all dishonest or fraudulent rivalry in trade of commerce, but is particulary applied to the practise of endeavouring to substitute one's own goods or products in the markets for those of another, having an established reputation and extensive sale, by means of immitating or counterfeiting the name, title, size, shape or distinctive peculiarities of the article, or the shape, color, lable, wrapper, or general appearance of the package, or other simulations, the immitation being carried for enough to mislead the general public or deceive an unwary purchaser, and yet not amounting to an absolute counterfeit or to the infringement of trademark or trade name. [27]

[27] Black, Op.cit, hal 1528

Henry Campbell Black mengartikan persaingan curang sebagai keadaan persaingan dalam dunia perdagangan yang biasanya dilakukan dengan jalan tidak jujur, membuat tiruan nama, judul, ukuran, bentuk atau sifat khusus yang membedakan dari suatu produk, warna, label, kemasan, maupun tiruan lainnya yang dapat mengelabui konsumen dengan memalsukan merek dagang atau nama dagang yang dimiliki pelaku usaha yang lain.

Persaingan tidak wajar dapat dikatakan bersifat melawan hukum apabila memenuhi unsur – unsur yang diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata.

Menurut pasal 1365 KUHPerdata: Tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.

Unsur – unsur persaingan tidak wajar yang bersifat melawan hukum adalah sebagai berikut:

1. Dilakukan dengan cara melawan hukum

   Melawan hukum dapat diartikan secara sempit dan secara luas. Perbuatan melawan hukum dalam arti sempit yaitu perbuatan yang melanggar Undang – undang saja.

   > Perbuatan melawan hukum dalam arti luas diberikan oleh Hoge Raad melalui Arrestnya tanggal 31 januari 1919 dalam perkara Lindenbaum melawan Cohen, yaitu: berbuat atau tidak berbuat memperkosa hak orang lain atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat atau kesusilaan atau kepatutan dalam masyarakat, baik terhadap diri atau benda orang lain.[28]

   Suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum apabila memenuhi unsur – unsur sebagai berikut:

---

[28] R. Setiawan, Tinjauan Elementer Perbuatan Melawan Hukum, (Bandung: Alumni, 1982), hlm. 15 .

a. Melanggar hak orang lain

Yang dimaksud melanggar hak orang lain dalam arti perbuatan melawan hukum adalah melanggar hak absolut orang lain.

> Menurut Soedikno Mertokusumo, hak absolut adalah: hubungan hukum antara subyek hukum dengan obyek hukum yang menimbulkan kewajiban pada setiap orang lain untuk menghormati hubungan hukum itu. Hak absolut memberi wewenang bagi pemegangnya untuk berbuat atau tidak berbuat, yang pada dasarnya dapat dilaksanakan pada siapa saja dan melibatkan setiap orang. Kalau ada hak absolut pada seseorang maka ada kewajiban bagi setiap orang lain untuk menghormati dan tidak mengganggunya. [29]

Hal itu menimbulkan konsekuensi lebih lanjut bahwa setiap orang berkewajiban menghormati hak orang lain sebagai subyek hukum dalam hubungannya dengan obyek hukum yang dimilikinya. Dalam kaitannya dengan persaingan usaha, setiap pelaku usaha berkewajiban menghormati hak pelaku usaha yang lain dengan tidak melakukan suatu perbuatan yang dapat merugikan pelaku usaha yang lain.

b. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat

Kewajiban hukum diartikan sebagai kewajiban menurut hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis. Bertentangan dengan hukum tertulis berarti melanggar peraturan perundang – undangan. Bertentangan dengan hukum tidak tertulis berarti melanggar norma – norma yang hidup di dalam masyarakat yang tidak dirumuskan secara tertulis, misalnya adat istiadat dan kebiasaan. Seseorang dapat dikatakan melakukan suatu perbuatan yang bertentangan dengan

---

[29]Mertokusumo, Op.Cit, hlm. 46

kewajiban hukum si pembuat apabila seseorang tidak melaksanakan kewajiban hukumnya sebagaimana mestinya.

c. Bertentangan dengan kesusilaan

Bertentangan dengan kesusilaan berarti melanggar norma – norma kesusilaan yang hidup di dalam masyarakat yang diterima sebagai peraturan – peraturan dalam pergaulan hidup di dalam masyarakat.

d. Bertentangan dengan kepatutan dalam masyarakat terhadap diri atau benda orang lain

Seseorang berkewajiban untuk menghormati orang lain dan benda yang dimiliki orang lain, supaya tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain maupun benda yang dimiliki orang lain.

2. Menimbulkan kerugian bagi orang lain

Kerugian dapat berupa kerugian materiil maupun kerugian immateriil. Dalam kaitannya dengan persaingan usaha, persaingan usaha yang dilakukan dengan cara tidak wajar yang bersifat melawan hukum dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain baik secara materiil maupun immateriil. Kerugian secara materiil misalnya pelaku usaha yang tersaingi akan menderita kerugian dengan menurunnya keuntungan. Kerugian secara immateriil misalnya produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang tersaingi mulai tidak dipercaya oleh masyarakat, sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah konsumen.

3. Dilakukan dengan kesalahan (sengaja atau lalai)

Kesalahan dapat dilakukan dengan sengaja atau kealpaan (lalai). Pelaku usaha dalam melakukan persaingan tidak wajar yang bersifat melawan hukum dapat

dikatakan melakukan kesalahan apabila dalam melakukan perbuatan tersebut menimbulkan kerugian yang dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha tersebut dan kepadanya dapat dituntut ganti kerugian yang diderita oleh pelaku usaha yang tersaingi.

4. Antara perbuatan dan kerugian ada hubungan kausal

Antara perbuatan dan kerugian harus mengandung hubungan kausal. Apabila ada kesalahan tetapi tidak ada kerugian maka tidak dapat diberikan ganti rugi. Sebaliknya apabila ada kerugian tetapi tidak ada kesalahan juga tidak dapat diberikan ganti rugi. Apabila pelaku usaha yang melakukan persaingan tidak wajar yang bersifat melawan hukum terbukti melakukan kesalahan tetapi tidak menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lainnya, maka pelaku usaha tersebut tidak dapat dituntut untuk mengganti kerugian yang diderita oleh pelaku usaha yang lain. demikian halnya apabila apabila terdapat kerugian yang diderita oleh pelaku usaha tertentu tetapi bukan disebabkan oleh kesalahan pelaku usaha yang lain maka tuntutan ganti rugi tidak dapat dijatuhkan kepadanya.

3. Pengaturan persaingan curang di Indonesia

Persaingan curang selain diatur secara khusus di dalam UU No. 5 Tahun 1999 telah diatur di dalam beberapa peraturan perundang – undangan sebagai berikut:

1. Pasal 382 bis KUHPidana

Barangsiapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas debit perdagangan atau perusahaan kepunyaannya sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seseorang tertentu, diancam, jika karenanya dapat timbul kerugian bagi konkiren – konkiren orang lain itu, karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau denda paling banyak sembilan ratus rupiah.

2. Persaingan curang juga dapat digugat sebagai perbuatan melawan hukum melalui Pasal 1365 KUHPerdata:

Tiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan keriguan itu, mengganti kerugian tersebut.

3. Pasal 7 UU No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian:

Pasal 7 ini memberikan instruksi kepda pemerintah untuk melakukan pengaturan, pembinaan dan pengembangan terhadap industri untuk:

(1) Mewujudkan perkembangan industri yang lebih baik, secara sehat dan berhasil guna.
(2) Mengembangkan persaingan yang baik dan sehat serta mencegah persaingan yang tidak jujur.
(3) Mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perorangan dalam bentuk monopoli yang merugikan masyarakat.

4. Pasal 104 UU No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, yang mengatur mengenai penggabungan (merger), peleburan (konsolidasi), dan pengambilalihan (akuisisi).

Pasal 104 menyatakan bahwa penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan harus memperhatikan :

a. kepentingan perseroan, pemegang saham minoritas dan karyawan perseroan: dan
b. kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha.

Pasal ini menegaskan bahwa penggabungan, peleburan, dan pewngambilalihan tidak boleh dilakukan jika akan merugikan pihak – pihak tertentu dan tidak boleh menimbulkan monopoli atau monopsoni dalam berbagai bentuk yang merugikan masyarakat.

7. Pasal 4 PP No. 27 tahun 1998 tentang penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan Perseroan Terbatas

: mengatur mengenai syarat – syarat pengabungan, peleburan, dan pengambilalihan ditegaskan bahwa penggabungan, peleburan dan pengambilalihan hanya dapat dilakukan dengan memperhatikan kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha di samping kepentingan perseroan, pemegang saham minoritas, dan karyawan perseroan yang bersangkutan.

8. UU No. 15 tahun 2001 tentang merek

Pasal 90

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pasal 91

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Pasal 92

(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengna barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
(2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).
(3) Terhadap pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi geografis, diberlakukan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2)

Pasal 93

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta).

Pasal 94

(1) Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
(2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.