

PERBANDINGAN *FRANCHISE OFFERING CIRCULAR* MENURUT PRANATA HUKUM WARALABA DI INDONESIA DAN AUSTRALIA

Agri Chairunisa Isradjuningtias
Sekolah Ilmu Hukum IBLAM
email: agri.israd@gmail.com

disampaikan 5/9/19 – di-review 13/9/19 – diterima 31/5/2020
DOI: 10.25123/vej.3885

Abstract

Using a comparative law method, this article compares how Indonesian and Australia law on franchise regulates specifically the matter of franchise offering circular. Hopefully this comparison shall not only indicate similarities or differences in both countries approach but more than that reveals what can be learned from the Australian approach to franchise offering circular.

Keywords:

Franchising, Franchise Offering Circular, Business

Abstrak

Tulisan ini dengan menggunakan metode perbandingan hukum akan membandingkan *Franchise Offering Circular* yang diatur menurut hukum waralaba Indonesia dengan hukum Australia. Dari perbandingan ini akan dapat dimunculkan tidak saja perbedaan-persamaan, namun juga kelemahan dalam hukum waralaba Indonesia dan terutama apa yang dapat kita pelajari dari hukum waralaba Australia, khususnya tentang *Franchise Offering Circular*.

Kata Kunci:

Bisnis, Waralaba, Franchise Offering Circular

Pendahuluan

Dalam suatu perekonomian yang kompleks seperti sekarang ini, seorang pengusaha harus mau menghadapi tantangan dan risiko untuk mengkombinasikan tenaga kerja, bahan, modal dan manajemen secara baik sebelum memasarkan suatu produk. Seorang produsen harus mampu memproduksi barang secara efisien dalam jumlah maupun jenis sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen dan seorang pengecer mampu menyediakan berbagai macam barang dengan harga yang layak untuk di konsumsi.¹ Waralaba dalam

1. Dewi Astuti, Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia, Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 7, No 1 Maret 2005, hlm 84.

dunia bisnis terkenal dengan istilah “*franchise*”, yaitu pemberian sebuah lisensi usaha oleh suatu pihak (perorangan atau perusahaan) kepada pihak lain sebagai Penerima Waralaba. Dengan kata lain, waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh Pewaralaba kepada pihak terwaralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan standardisasi kesepakatan untuk membuka usaha dengan menggunakan merek dagang² atau nama dagangnya.³

Jenis *franchise* yang dikenal terdapat 3 tiga jenis, yaitu yang Pertama *Tradenname Franchising*, yaitu sistem waralaba dimana pembeli waralaba memberi hak untuk menggunakan nama dagang Penjual Waralaba tanpa mendistribusikan produk tertentu dengan nama Penjual Waralaba. Bentuk Kedua *Product Distribution Franchising*, yaitu sistem waralaba dimana Penjual Waralaba memberikan hak ke Pembeli Waralaba untuk menjual produknya dengan nama dagang penjual waralaba melalui jaringan distribusi yang selektif dan terbatas.⁴ Bentuk Ketiga dari *franchise pure franchising (business format franchising)*, yaitu waralaba murni, pemberi waralaba menyediakan format waralaba yang lengkap, mulai dari pemanfaatan merek dagang dan jasa untuk dijual, perangkat manajemen, pengawasan mutu, jalur distribusi, dan berbagai pelayanan lain. Tipe ini banyak berkembang misalnya pada industri restoran cepat saji (*fast food*), usaha jasa pendidikan, penyewaan mobil, penjualan rumah dan jasa pelayanan lain.⁵

Franchise adalah konsep pemasaran yang berkembang menjadi konsep bisnis dan strategi perluasan, dalam konsep pemasaran *franchise* yang dipasarkan

² Definisi Merek Dagang terdapat dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, disebutkan bahwa Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau Badan Hukum untuk membedakan barang sejenis lainnya.

³ Nistains Odop, *Berbisnis Waralaba Murah*, Media Pressindo Yogyakarta, 2006, hlm.16-17.

⁴ R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm.55.

⁵ Sutrisno Iwantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, Grasindo, Jakarta, 2006, hlm. 197-198

adalah *franchise system* atau sistem usaha yang ditemukan *franchisor*⁶ yang dialihkan kepada *franchisee*⁷ untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran *royalty fee*. Mengatasi masalah SDM dan Pendanaan serta terpola pada kerjasama sederajat antara *franchisor* dan *franchisee*. *Franchise* juga telah memanfaatkan skala ekonomi.⁸

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tidak ditemukan terminologi mengenai *Franchise*, yang dapat ditemukan yaitu waralaba. Berdasarkan KBBI yang dimaksud dengan waralaba adalah kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan; hak kelola; hak pemasaran.⁹

Dalam *Black's Law Dictionary* diberikan definisi mengenai *franchise*, yaitu "*Franchise A special privilege conferred by government on individual or corporation,*

⁶ Pemberi Waralaba (*Franchisor*) adalah Badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba. Dalam Pasal 1 angka 2, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

⁷ Penemari Waralaba (*Franchisee*) adalah Badan usaha perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba. Dalam Pasal 1 angka 3, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

⁸ Pengertian *franchise* tersebut diungkap oleh Asosiasi *Franchise* Indonesia dalam laman resminya yaitu <http://www.franchiaseindonesia.or.id/2016/perbedaan-antara-franchise-m-l-m-lisensi> yang diakses pada tanggal 22 Juni 2018.

⁹ Sekilas bisnis memang seperti model *Business Opportunity Venture*, namun terdapat perbedaan yang signifikan, yaitu Bentuk ini mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis, dan sebagai timbal baliknya pemilik bisnis harus membayarkan suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya. Contohnya, perusahaan mesin-mesin penjualan otomatis atau *distributorship*. Dikemukakan oleh Sudarmiati, Praktik Bisnis Waralaba (*Franchise*) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi, dalam Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Terbuka Senat Universitas Negeri Malang (UM), Tanggal 28 April 2011, berkas diunduh pada tanggal 15 Mei 2019, <http://digilib.um.ac.id/images/stories/pidatogurubesar/2011/Praktik%20Bisnis%20Waralaba%20Franchise%20Di%20Indonesia%20Peluang%20Usaha%20Dan%20Investasi.pdf> Kemudian hal yang paling signifikan membedakan antara model bisnis *Franchise* dan *Business Opportunity Venture* adalah dalam *Business Opportunity Venture* tidak ada kewajiban dari Pemberi *Franchise* untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap bisnis yang dilaksanakan oleh Penerima *Business Opportunity Venture*, maka nilai keseragaman yang menjadi ciri khas dari model bisnis *franchise* bisa saja hilang.

and which does not belong to citizens of country generally of common right, In England it is defined to be a royal privilege in the hands of a subject.”¹⁰

Kata *franchise* berasal dari Bahasa Perancis dari kata “*franc*” yang artinya bebas atau “*francher*” yang artinya membebaskan, sedangkan menurut versi Pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HKI)¹¹ atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa.¹²

Suryana memaknai waralaba sebagai suatu persetujuan lisensi menurut hukum antara suatu perusahaan penyelenggara dengan penyalur atau perusahaan lain untuk melaksanakan usaha yang di dalamnya mencakup penggunaan nama, merek dagang, dan prosedur penyelenggaraan secara standar dari *franchisor* (Pemberi Waralaba) yang berkelanjutan dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu.¹³

¹⁰ Henry Campbell Black, M.A., *Black's Law Dictionary, Revised Fourth Edition, ST Paul Minn, West Publishing Co, 1968, Pg. 786* (terjemahan bebas)

"Waralaba," seperti yang digunakan oleh *Blackstone* dalam mendefinisikan *quo warranto*, memiliki referensi ke hak istimewa kerajaan atau cabang hak istimewa raja yang ada di tangan subjek, dan harus timbul dari hibah raja, atau dipegang oleh resep, tetapi hari ini kita memahami waralaba sebagai hak istimewa yang diberikan oleh pemerintah pada individu, alami atau buatan, yang tidak dinikmati oleh warganya secara umum. Di negara ini, waralaba adalah hak istimewa atau kekebalan yang bersifat publik, yang tidak dapat dilaksanakan secara hukum tanpa hibah legislatif. Menjadi korporasi adalah sebuah waralaba. Berbagai kekuasaan yang diberikan pada perusahaan adalah waralaba. Pelaksanaan polis asuransi oleh perusahaan asuransi, dan mengeluarkan uang kertas oleh bank yang tergabung, adalah waralaba orang.

¹¹ Hak Kekayaan Intelektual adalah harta kekayaan yang tidak berwujud yang bersumber dari intelektual seseorang, untuk itu doktrin perlindungan hukum HKI diberlakukan secara efektif, hukum nasional menyerapnya menjadi undang-undang yang berlaku dan mengikat setiap orang, sehingga undang-undang yang berlaku mengikat setiap orang, sehingga undang-undang mewajibkan pemilik HKI untuk mendaftarkan haknya itu dan setiap hak yang terdaftar dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran. Hal tersebut terdapat dalam buku Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007, hlm., 153.

¹² Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, hlm., 75.

¹³ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi*, Salemba Empat, Jakarta, 2003, hlm., 82.

Pengaturan mengenai waralaba didasari oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba¹⁴, yang kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, yang didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Tata cara yang ditentukan dalam Peraturan Pemerintah tentang waralaba di atas, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba di Indonesia:¹⁵

- a. Ada ikatan hukum yang jelas antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*);
- b. Ada proses pertukaran antara hak dan keistimewaan yang diberikan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah uang serta persyaratan lain sebagai syarat perjanjian;
- c. Penerima waralaba wajib memenuhi persyaratan yang telah disetujui dalam ikatan hukum;
- d. Pemberi waralaba juga harus menyediakan dukungan dan pelatihan SDM-nya.¹⁶

Format bisnis waralaba perlu dipastikan bahwa bisnis yang dibuat adalah bisnis yang telah teruji keberhasilannya sehingga menjadi layak bagi *franchisor* untuk berbisnis dengan *franchisee* untuk menggunakan sistem bisnisnya yang sudah teruji tersebut.

¹⁴ Ketentuan Peraturan ini dilengkapi dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

¹⁵ Hendro, Dasar-dasar Kewirausahaan, Gelora Aksara Pratama, Erlangga, 2011, hlm., 522.

¹⁶ Bandingkan dengan makna Waralaba yang tertera dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, Pasal 1 Angka 1, Waralaba (*Franchise*) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba.

Menurut H. Moch. Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, objek pengaturan dalam perjanjian *franchise* dapat meliputi sebagai berikut; 1. Nama dagang atau merek dagang; 2. Rahasia dagang (*trade secret*); 3. Jasa pelatihan bantuan teknis operasional; 4. Pembelian bahan dan peralatan; 5. Pengawasan kualitas produk; 6. Biaya waralaba; 7. Pengalihan waralaba; 8. Pemutusan perjanjian waralaba; 9. Perjanjian untuk tidak berkompetisi dengan *franchisor*.¹⁷

Franchise yang berkembang saat ini lebih didominasi oleh waralaba rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada tahun 1919 ketika *A&W Root Beer* membuka restoran cepat sajinnya. Pada tahun 1935, *Howard Deering Johnson* bekerjasama dengan *Reginald Sprague* untuk memonopoli usaha restoran moderen. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.¹⁸

Di Indonesia *franchise* dikenal sejak era 70-an ketika masuknya *Shakey Pisa, Kentucky Fried Chicken, Swensen* dan *Burger King* dan Departemen Perdagangan dan Perindustrian mencatat sekitar 259 perusahaan penerima *franchise* di Indonesia, hal tersebut yang akhirnya mempengaruhi perkembangan bisnis *franchise* di Indonesia. Organisasi *Franchise* berskala Nasional telah didirikan sejak tahun 1991,¹⁹ Organisasi ini bernama Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI). AFI merupakan forum kerjasama untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi dalam menjadikan dirinya sebagai mitra Pemerintah.²⁰

¹⁷ H. Moch, Basah, dan H.M. Faiz Mufidin, "Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukum nya", Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, hlm., 54-56

¹⁸ Hendro, Supra no. 15

¹⁹ Pada tahun 1998an para penerima *franchise* asing mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima *franchise* asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000 *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit politik .

²⁰ Asosiasi *Franchise* Indonesia, *Franchisekan Bisnis mu*, diakses pada tanggal 16 Mei 2019, <http://franchise-info.web.id/asosiasi-franchise-di-indonesia/>

1. Dijelaskan pula bawah tujuan dari Asosiasi *Franchise* Indonesia ini adalah Menumbuhkan kode etik antar anggota.
2. Mempersatukan *Franchisor, Franchisee* dan master *Franchise* di Indonesia.
3. Membina perkembangan dan kemajuan usaha *Franchising* secara profesional.
4. Mengusahakan adanya tertib dalam mendirikan usaha *Franchise*.

AFI didirikan atas prakarsa para pebisnis waralaba lokal pada 22 November 1991, pemrakarsa bisnis ini adalah 5 pebisnis yang mewakili perusahaannya masing-masing yaitu PT. Trim's Mustika Citra, Es Teler 77, Widyaloka, Nila Sari, dan Homes 21. Mereka sepakat mendirikan satu-satunya wadah organisasi perusahaan *franchise*. Sebelum AFI didirikan, para pemrakarsa itu telah melakukan koordinasi dengan Departemen Industri dan Perdagangan, *International Labour Organization* (disingkat dengan ILO) dan Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (disingkat dengan LPPM).²¹

Di Indonesia, AFI memiliki kode etik yang mencakup antara lain²²:

1. Bersedia memberi informasi yang lengkap dan jelas dalam bahasa yang dimengerti oleh calon *franchisee* dan dalam hubungan *franchisor* dan *franchisee* mengenai komitmen dan tanggung jawab masing, masing, Informasi yang diberikan harus obyektif, transparan, jujur, dan tidak mengandung hal-hal yang menyesatkan, Informasi harus sudah diberikan 7 hari sebelum perjanjian *franchise*.
2. Dalam memilih *franchisee*, *franchisor* tidak dibenarkan mengadakan diskriminasi berdasarkan ras, agama, gender, kelompok, dst. *Franchisor* menolong para *franchisee* untuk mencari advis profesional dan diperbolehkan menanyakan *franchisee* lain dari jaringannya.
3. *Franchisor* mengembangkan dialog yang permanen dan baku dengan para *franchisee*-nya, dan dalam melakukan perubahan-perubahan dan perbaikan-perbaikan terdapat saling pengertian dalam mewujudkan kepentingan bersama.

-
5. Menggali potensi usaha *franchising* dengan terutama mengembangkan usaha menengah dan kecil.
 6. Membantu Pemerintah dan meninjau kembali secara berkala peraturan-peraturan yang mengatur semua usaha *franchising* di Indonesia.
 7. Mengadakan kerjasama dengan badan dan organisasi yang mempunyai tujuan dan usaha yang sejajar, baik ada di dalam maupun di luar negeri.
 8. Mengusahakan iklim usaha yang sehat dan mengarah pada praktek dagang yang baik.

²¹ Asosiasi *Franchise* Indonesia, diakses pada tanggal 12 Agustus 2019
<https://panduanfranchise.wordpress.com/2012/10/19/peran-asosiasi-franchise-indonesia-afi/>

²² Id.

4. *Franchisor* memberikan pengarahan terhadap kegiatan usaha/bisnis *franchise* dengan tujuan mempertahankan integritas sistem *franchise* secara keseluruhan bagi pihak yang berkepentingan.
5. *Franchisee* harus menjaga integritas dan nama baik dari *franchisor* dan tidak dibenarkan untuk menyaingi jaringannya sendiri dan mengalihkan pengetahuan pada pihak lain.
6. *Franchisee* memberi informasi operasional yang benar dan jujur mengenai bisnisnya pada *franchisor* dan wajib menjaga kerahasiaan selama dan sesudah kontrak.
7. *Franchisor* dan *franchisee* bekerja sama dengan loyal dan saling menghormati mengenai kewajiban dan komitmen mereka masing-masing dan dalam hal terjadi perselisihan *franchisor* maupun *franchisee* memprioritaskan untuk mencari solusi melalui mediasi serta komit untuk menjaga kepentingan konsumen.

Peran dari sebuah Asosiasi *Franchise* adalah sangat vital, terutama bagi *franchisor*. Keanggotaan *franchisor* dalam sebuah asosiasi dapat memberikan nilai tambah bagi *franchisor* misalnya dalam mendapatkan *franchisee* yang prospektif, menggali potensi usaha diantara sesama anggota, atau sebagai ajang promosi bagi *franchisor*.²³

Franchise Offering Circular (disingkat dengan FOC) merupakan *disclosure document* yang diberikan oleh *franchisor* kepada kandidat *franchisee* yang telah terkualifikasi, sebelum ia memutuskan penandatanganan perjanjian waralaba. FOC berisi fakta-fakta finansial maupun non finansial berkaitan dengan *franchisor* dan para *franchisee* yang ada saat ini dan yang telah berhenti. FOC dibuat untuk melindungi investor (calon *franchisee*), FOC harus dipelajari oleh calon *franchisee* paling tidak selama 10 hari. Dalam waktu ini *franchisor* tidak diijinkan untuk mempengaruhi dan calon *franchisee* belum diijinkan untuk menandatangani

²³ Asosiasi *Franchise* Indonesia, *Franchisekan Bisnis mu*, diakses pada tanggal 16 Mei 2019, <http://franchise-info.web.id/asosiasi-franchise-di-indonesia/>, supra no 11.

perjanjian waralabanya. Untuk kondisi Indonesia, FOC baru merupakan satu kewajiban yang harus diberikan oleh *franchisor*.

Dalam perkembangan praktik bisnis waralaba di Indonesia banyak sekali masyarakat yang masih awam tidak dapat membedakan antara format bisnis waralaba dan format *Business Opportunity Ventures*. Dalam *Business Opportunity Ventures* pemilik tidak memiliki kendali atas operasi bisnis pembeli, bahkan dalam sebagian besar program tidak ada hubungan berkelanjutan antara penjual dan pembeli format bisnis tersebut setelah penjualan dilakukan.

Dalam *Business Opportunity Ventures* tentunya tidak ada proses *Franchise Offering Circular* yang komprehensif. Pentingnya *franchise offering circular* dalam praktik bisnis waralaba karena menjadi gerbang terdepan sebelum gerbang bisnis tersebut dibuka dan dinikmati oleh penggunaannya.

Berdasarkan hal tersebut di atas sebagai bahan penelitian demi kemajuan aspek pengaturan Hukum Waralaba di Indonesia, maka perlu diadakannya perbandingan pengaturannya dengan negara berkembang dalam hal ini penelitian *offering circular franchise* di Indonesia dengan *offering circular franchise* di Australia, untuk selanjutnya memberikan masukan bagi perbaikan *offering circular franchise* di Indonesia.

Penelitian hukum ini selain menggunakan metode penelitian yuridis normatif juga menggunakan Metode Perbandingan²⁴, dengan sub spesialis Deskripsi Perbandingan Hukum (*Descriptive Comparative Law*), di mana peneliti melakukan pengumpulan bahan-bahan tentang sistem hukum berbagai masyarakat dalam hal ini yang di pilih adalah Hukum Indonesia dan Hukum Australia, yang sangat dititikberatkan adalah analisa deskriptif.²⁵

²⁴ Menurut Romly Atmasasmita perbandingan hukum adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari secara sistematis hukum dari dua atau lebih hukum dengan menggunakan metode perbandingan. Sub-spesialis dalam metode perbandingan diantaranya: 1) *Descriptive Comparative Law*, 2) *Comparative History of Law*, 3) *Comparative Legislation* atau *Comparative Jurisprudence*. Dalam Romli Atmasasmita, *Perbandingan Hukum Dalam Sistem Peradilan Pidana*, Gramedia, Bandung, 2000, hlm., 6-12

²⁵ Id.

Pembahasan

Perbandingan Franchise Offering Circular Menurut Pranata Hukum Waralaba Di Indonesia Dan Australia

Sebelum melakukan perbandingan ada baiknya mengetahui terlebih dahulu pengaturan dan apa saja yang diatur dalam *Franchise Offering Circular* di Negara Indonesia dan Negara Australia yang menjadi objek dalam penelitian ini, agar nampak jelas yang menjadi ciri khas dan perbedaan pengaturan antar kedua negara tersebut.

Pranata Hukum *Franchise* di Indonesia

Pada tahun 1991, tepatnya tanggal 22 November 1991, berdiri Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) sebagai wadah yang menaungi *franchisor* dan *franchisee*. AFI didirikan dengan bantuan *International Labour Organization* (ILO) dan Pemerintah Indonesia. Berdirinya AFI diharapkan dapat menciptakan industri waralaba yang kuat dan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional berbasis usaha kecil menengah.²⁶

Pada tahun 1997 dibuat Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian diganti oleh Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Adanya peraturan tersebut memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba. Peraturan Pemerintah itu diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.²⁷ Berikut adalah regulasi terkait dengan waralaba di Indonesia yaitu:

Tabel 1: Peraturan yang berkaitan dengan Tata Kelola *franchise* di Indonesia

No	Tentang	Peraturan
1	Peraturan mengenai Hukum Perjanjian	Pasal 1313, 1320, 1338, dan 1365 (<i>Onrechtmatig daad</i>) <i>Burgerlijk Wetboek voor Indonesie</i> , Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2	Peraturan Pemerintah tentang	Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007

²⁶ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Galia Indonesia, Jakarta, 2008, hlm.20.

²⁷ Id, hlm.22.

	Waralaba	tentang Waralaba PP No.42 tahun 2007 tentang Waralaba juncto Permendagri No.31/M-Dag/Per/8/2008.
3	Peraturan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba	Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba
4	Peraturan tentang Perindustrian	Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian
5	Peraturan mengenai Rahasia Dagang	Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tetang Rahasia Dagang
6	Peraturan mengenai Merek dagang	Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
7	Peraturan mengenai ketenaga- kerjaan dan hubungan industrial	Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan
8	Peraturan mengenai perpajakan	Undang-Undang Perpajakan, khususnya mengenai Pajak pertambahan nilai
9	Peraturan mengenai Wajib Daftar Perusahaan	Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan
10	Peraturan mengenai larangan praktik monopoli	Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber

Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba, Pasal 1 ayat (1) *franchise* diartikan sebagai: Peringatan dimana 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 dan penjualan barang dan atau jasa.²⁸

Unsur-unsur yang dapat dirumuskan dari definisi ini adalah: a) Adanya perikatan; b) Adanya hak pemanfaatan dan/atau penggunaan; c) Adanya objek, yaitu hak atas kekayaan intelektual atau penemuan baru atau ciri khas usaha; d) Adanya imbalan atau jasa; dan e) Adanya persyaratan dan penjualan barang.²⁹

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, Bab III Perjanjian Waralaba Pasal 4 disebutkan yang pada intinya bahwa perjanjian waralaba dibuat secara tertulis dengan memperhatikan hukum Indonesia, dan

²⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba, dalam pasal 1 ayat 1

²⁹ Salim, Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, hlm., 164

apabila dibuat dalam bahasa asing perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Berdasarkan pada uraian tersebut maka terdapat beberapa dalam suatu perjanjian *franchise* yaitu:³⁰

- a. Ada suatu perjanjian yang disepakati. Perjanjian *franchise* dibuat oleh *franchisor* dan *franchisee*, baik sebagai badan hukum maupun dalam kedudukannya sebagai perorangan. Meskipun perjanjian *franchise* belum diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan. Namun demikian berdasarkan Pasal 1338 KHUPerdata³¹ para pihak dimungkinkan untuk membuat perjanjian apa saja asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Untuk menjamin kepastian hukum sebaiknya perjanjian *franchise* dibuat di hadapan pejabat yang berwenang (Notaris).³²
- b. Adanya pemberian hak dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk memproduksi dan memasarkan produk dan atau jasa. Dalam hal ini *franchisee* berhak untuk menggunakan nama, cap dagang dan logo milik *franchisor* yang sudah terlebih dahulu dikenal dalam perdagangan.

³⁰ Indira Hastuti, Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (*Franchise*), Hukum dan Dinamika Masyarakat Edisi Oktober 2006, hlm., 36.

³¹ Asas Kebebasan Berkontrak dalam Pasal 1338 ayat (1) KHUPerdata “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya.” Dapat ditafsirkan bahwa setiap orang dapat membuat perjanjian dengan isi apapun, ada kebebasan setiap subyek hukum untuk membuat perjanjian dengan siapapun yang dikehendaki, dengan isi dan bentuk yang dikehendaki. Christiana Tri Budhayati, “Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Hukum Perjanjian di Indonesia”, Jurnal Widya Sari, Vol. 10 No. 3 Januari 2009 hlm., 236.

³² Peran Notaris dalam Perjanjian Waralaba merupakan suatu perikatan/ perjanjian antara dua pihak dimana semua ketentuannya mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu Pasal 1313 KHUPerdata tentang perjanjian, Pasal 1320 KHUPerdata tentang sahnya perjanjian dan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KHUPerdata tentang asas kebebasan berkontrak. Perjanjian waralaba adalah perjanjian yang tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Artinya perjanjian itu menjadi undang-undang bagi mereka yang membuatnya, dan mengikat kedua belah pihak. Perjanjian tersebut bisa dilakukan di bawah tangan dengan mengikuti ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Setelah format perjanjian waralaba dibuat dan ditandatangani kedua belah pihak, kemudian mencatatkannya di kantor Notaris/*waarmerking* dimana para pihak yang mengadakan perjanjian tidak perlu hadir berhadapan dengan Notaris. Fungsinya supaya pihak ketiga mengetahui jika perjanjian tersebut telah dibuat. Dalam kesimpulan penelitian Rifki Ardhianto dan Lathifah Hanim, Peran Notaris Dalam Perjanjian Waralaba Antara PT POS INDONESIA (Persero) PATI dengan Badan Usaha Perseorangan, Jurnal Akta, Vol 4 No. 1 Maret 2017 : 83 – 90, hlm., 89.

- c. Pemberian hak terbatas pada waktu dan tempat tertentu. Penggunaan hak *franchisee* sebagaimana disebutkan pada butir b tersebut di atas terbatas pada tempat dan waktu yang telah diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* yang telah dibuat bersama.
- d. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari *franchisee* kepada *franchisor*. Pembayaran ini biasanya berupa pembayaran awal yang akan dipergunakan untuk biaya pemilihan lokasi dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan sampai beroperasinya bidang usaha tersebut.³³

Disebutkan dalam Pasal 5 dijelaskan bahwa perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit:

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. Kegiatan usaha;
Termasuk didalamnya informasi mengenai keberhasilan dan kegagalan selama menjalankan Waralaba, mengenai penerima waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba. Keterangan mengenai prospek kegiatan waralaba, meliputi juga dasar yang digunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek yang dimaksud;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa;
- k. Tata cara perpanjangan pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Lebih lanjut dalam Bab IV tentang Kewajiban Pemberi Waralaba Pasal 7, pada intinya dikatakan bahwa pemberi waralaba harus memberikan prospektus

³³ Indira Hastuti, Supra no. 30.

penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran, prospektus penawaran waralaba paling sedikit memuat mengenai:

- a. Data identitas pemberi waralaba;
- b. Legalitas usaha pemberi waralaba;
- c. Sejarah kegiatan usaha;
- d. Struktur organisasi pemberian waralaba;
- e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
- f. Jumlah tempat usaha;
- g. Daftar penerima waralaba;
- h. Hak dan kewajiban pemberi waralaba.

Kekurangan pengaturan terkait prospektus waralaba di Indonesia masih bersifat terlalu umum dan kurang menyeluruh sehingga hal-hal yang tercantum didalamnya diatur sangat singkat dan kurang memadai untuk digunakan sebagai pengaturan dasar atau sumber hukum utama untuk menata kegiatan *franchise* di Indonesia. Kelebihan dari pengaturan *franchise* di Indonesia adalah lebih fleksibel dalam penerapannya, karena dalam peraturannya hanya menentukan hal-hal yang pokok, sehingga dalam praktik tata cara diserahkan kepada *franchisor* dan *franchisee*.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menentukan, bahwa penyelenggaraan waralaba harus dilakukan berdasarkan Perjanjian Waralaba. Hubungan antara *Franchisor* dan *Franchisee* harus ditentukan dalam perjanjian tertulis. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 juga telah menentukan klausul apa saja yang harus dimasukkan kedalam Perjanjian Waralaba. Pada dasarnya Perjanjian Waralaba sama seperti perjanjian pada umumnya, yaitu harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdota.

Bedanya, dalam Perjanjian Waralaba telah ditentukan secara khusus, berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012, hal-hal apa saja yang harus dimasukkan kedalam Perjanjian Waralaba. Perjanjian adalah Perbuatan hukum dengan mana satu orang atau lebih saling mengikatkan

dirinya terhadap satu orang atau lebih. Sebagai suatu perbuatan hukum, perjanjian merupakan perbuatan yang mempunyai akibat hukum. Karena hukum berisi hak dan kewajiban, maka perjanjian merupakan salah satu cara untuk memperoleh seperangkat hak dan kewajiban tersebut. Perbuatan itu dapat meliputi perbuatan menyerahkan sesuatu, melakukan sesuatu, atau tidak melakukan sesuatu.³⁴

Pranata Hukum *Franchise* di Australia

Waralaba adalah salah satu sektor bisnis dengan pertumbuhan tercepat di Australia. Ada lebih dari 800 sistem waralaba beroperasi di Australia, dengan jumlah *franchisor* diperkirakan 40.000. Amerika Serikat memiliki pengaruh kuat pada pengembangan industri waralaba Australia dengan *franchisor* utama A.S termasuk KFC, McDonalds dan Pizza Hut memulai operasi di Australia pada akhir tahun 60-an awal 70-an. Australia terus berlanjut salah satu pasar utama untuk ekspansi waralaba internasional. Keberhasilan ekspansi ke pasar Australia membutuhkan perencanaan strategis yang dikombinasikan dengan pemahaman tentang pasar dan sistem regulasi.³⁵

Pranata hukum *franchise* di Australia diatur berdasarkan *Trade Practices (Industry Codes-Franchising) Regulations 1998 – Statutory Rules 1998 Nomor: 162 as amended made under the Trade Practices Act 1974*. Peraturan ini pada dasarnya merupakan *Franchising Code of Conduct* (kode etik *franchise*).³⁶ Menurut P. Lindawati Sewu dalam disertasinya membahas mengenai kode etik *franchise* Australia terdiri atas 4 (empat) bagian, yaitu:³⁷

³⁴ Dadang Sukandar, *Mendirikan Bisnis Waralaba (Menyiapkan Legalitas Bisnis anda Menjadi Waralaba Anda Sendiri)*, www.legalakses.com, diunduh pada tanggal 15 Mei 2019 http://www.legalakses.com/download/free_download/Mendirikan%20Bisnis%20Waralaba.pdf

³⁵ Katarina Klaric dan Stephens Lawyers & Consultants, *Franchising in Australia, Newsletter, Melbourne Australia*, , <https://www.stephens.com.au/wp-content/uploads/sites/1838/2016/11/FRANCHISING-IN-AUSTRALIA.pdf> diakses pada tanggal 16 Mei 2019. (terjemah bebas)

³⁶ P. Lindawaty S. Sewu, *Aspek Hukum Perjanjian Baku dan Posisi Berimbang Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba*, Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum, Program Pascasarjana, Universitas Katolik Parahyangan, hlm., 213

³⁷ Id, Part 2 *Disclosure* tidak tercantum nomor 9 – kutipan dikutip sebagaimana adanya.

Part 1 Preliminary, terdiri atas:

1. *Name of code*
2. *Purpose of code*
3. *Definitions*
4. *Meaning to franchise agreement*
5. *Applications*

Part 2 Disclosure

6. *Franchisor must maintain a disclosure document*
 - 6A. *Purpose of disclosure document*
 - 6B. *Requirement to give disclosure document*
 - 6C. *Additional information*
7. *Layout*
8. *Application*
9. *Franchisore obligations*
10. *Advice before entering into franchise agreement*

Part 3 Conditions of Franchise agreement

11. *Cooling off period*
12. *Copy of lease*
13. *Association of franchisees*
14. *Prohibition on general release from liability*
15. *Marketing and other cooperative funds*
16. *Disclosure of materially relevant facts*
17. *Current disclosure document*
18. *Transfer of the franchise*
19. *Termination – breach by franchisee*
20. *Termination – no breach by franchisee*
21. *Termination – special circumstances*

Part 4 Resolving disputes

22. *Definitions*

- 23. *Mediation adviser*
- 24. *Internal complaint handling procedure*
- 25. *Code complaint handling procedure*
- 26. *Choice of procedure*
- 27. *Procedure*
- 28. *Mediation under the code*
 - 28A. *Termination of mediation*
- 29. *Conditions*

Franchise Council of Australia Limited (FCA) adalah badan tertinggi untuk \$131.000.000.000 sektor *franchise* di Australia, yang mewakili *franchisee*, *franchisor* dan penyedia layanan untuk sektor ini. Pendirian FCA dibentuk dengan tujuan mencakup hal-hal berikut³⁸:

- a. Untuk mengembangkan sektor *franchise* vital, kuat dan layak secara finansial;
- b. Untuk memajukan kepentingan anggota di Australia dan di pasar minat khusus seperti komunitas *franchise* internasional, Waralaba Dewan Penasehat, Forum Usaha Kecil dan organisasi penyewaan properti (terutama pusat perbelanjaan);
- c. Untuk terus mendorong kalangan konsumen, pemerintah dan komunitas bisnis, pemahaman yang luas berbasis kepentingan ekonomi memiliki sektor waralaba yang kuat di Australia;
- d. Untuk desain efisien, diidentifikasi, layanan bernilai tambah kepada anggota dan membantu mereka untuk lebih efektif dalam *franchise*.

Ketentuan pengelolaan *franchise* di Australia mensyaratkan setidaknya harus ada satu Direktur yang merupakan warga negara Australia. Sebagai seorang Direktur memiliki kekuatan yang signifikan dalam hal operasi perusahaan.

Pengaturan mengenai *franchise* di Australia diatur dalam *Corporations Act* 2001 (Cth) yang mengatur mengenai pembentukan entitas perusahaan. Otoritas

³⁸ <http://www.franchise.org.au/about-the-fca.html>

pemerintah yang mengatur mengenai *franchise* di bawah Komisi Sekuritas dan Investasi Australia (*Australia Securities and Investments Commission*³⁹/ ASIC).⁴⁰

Pengaturan mengenai *franchise* di Australia juga diatur berdasarkan *Trade Practices (Industry Codes-Franchising) Regulations 1998-statutory Rules 1998 Nomor 162 as amended made under the trade practices act 1974*. Peraturan ini pada dasarnya merupakan *franchising code of conduct*.⁴¹ Menurut ketentuan berkaitan dengan dokumen pengungkapan yang harus disiapkan oleh *franchisor* berisikan antara lain:

a. *Franchisor details*

Memuat kurang lebih mengenai alamat, nama dimana *franchisor* menjalankan usaha di Australia, penjelasan mengenai jenis bisnis yang dijalankan.

b. *Business experience*

Ringkasan pengalaman menjalankan *franchise* dalam 10 tahun terakhir.

c. *Litigation*

Memuat apakah bisnis *franchise* pernah berperkara di pengadilan terkait dengan masalah perdata ataupun pidana, di Australia setiap bisnis *franchise* tidak boleh melakukan pelanggaran perjanjian *franchise*, bisnis yang

³⁹ Mengenai *Australia Securities and Investments Commission*, diakses pada laman resmi ASIC <https://asic.gov.au/about-asic/what-we-do/our-role/> diakses pada tanggal 13 Agustus 2019, ASIC berwenang untuk:

- a. Memelihara, memfasilitasi dan meningkatkan kinerja sistem keuangan dan entitas di dalamnya
- b. Mempromosikan partisipasi percara diri dan informasi oleh investor dan konsumen dalam sistem keuangan
- c. Menjalankan hukum secara efektif dan dengan persyaratan prosedural minimal
- d. Menegakkan dan memberlakukan hukum
- e. Menerima, memproses, dan menyimpan, informasi yang diberikan secara efisien dan cepat kepada ASIC
- f. Membuat informasi tentang perusahaan dan badan-badan lain tersedia untuk umum sesegera mungkin
- g. Mengambil tindakan apapun yang diperlukan untuk menegakkan dan memberi dampak hukum.

⁴⁰ John Sier and Philip Colman, Mason Sier Turnbull, *Franchise Australia*, dalam jurnal *Franchise in 32 Jurisdictions worldwide*, www.gettingthedealthrough.com, 2011, diakses pada tanggal 13 Agustus 2019.

⁴¹ P. Lindawaty S. Sewu, *Supra* no 36.

dijalankan bertentangan dengan hukum praktik perdagangan, bertentangan dengan *Corporations Act 2001*, dan melakukan pelanggaran ketidakjujuran.

d. *Payments to agents*

Nama orang di luar perusahaan *franchisor* yang dibayar atau diberikan pertimbangan sehubungan dengan pendahuluan atau perekrutan *franchisee*.

e. *Existing franchisees*

Memuat mengenai data *franchisee* yang sudah bekerjasama termasuk didalamnya kepatuhan terhadap kode etik *franchise*.

f. *Intellectual property*

Memuat mengenai hak atas kekayaan intelektual yang digunakan dan sejauh mana *franchisee* dapat menggunakannya.

g. *Franchise site of territory*

Menentukan wilayah bagi *franchisee* menjalankan bisnis *franchise*.

h. *Supply of goods or services to a franchisee*

Memuat mengenai barang atau jasa yang disediakan oleh *franchisor*. Sebelum *franchisor* menentukan barang dan jasa apa saja yang harus dibeli kepadanya, *franchisor* harus melaporkan dan mencari otoritas dari Komisi Konsumen Australia.

i. *Sites or territories*

Memuat mengenai daerah teritorial tempat franchise dikembangkan.

j. *Marketing or other cooperative funds*

Memuat mengenai sejauh mana kontrol *franchisor* terhadap *franchisee*, termasuk mengatur siapa yang mengontrol atau mengelola dana dengan detail, apakah dana di audit, berdasarkan siapa dan kapan.

k. *Payments*

Mengatur mengenai apakah *franchisor* menuntut pembayaran sebelum perjanjian *franchise*, untuk apa uang yang diperlukan, bagaimana uang itu akan dipakai, siapa yang akan memegang uang tersebut, dan dalam dalam kondisi apa uang itu akan dikembalikan.

l. *Financing*

Pembentukan pengoperasian bisnis *franchise*, menyediakan kondisi kondisi material dari setiap pengaturan keuangan antara lain *franchisee* harus menyediakan jumlah minimal modal kerja untuk bisnis *franchise*, dan *franchisee* harus memenuhi menyatakan *debt-to-equity ratio* berkaitan dengan bisnis *franchise*.

m. *Franchisor's obligations*

Menetapkan referensi ke kondisi yang relevan dengan bisnis *franchise*, *franchisor* harus menyertakan informasi tentang pelatihan, dan memuat kewajiban *franchisor* sebelum, selama, dan setelah bisnis beroperasi.

n. *Franchisee's obligations*

Pada dasarnya *franchisee* berkewajiban ikut serta dalam pemilihan tempat, pengembangan bisnis *franchise*, pelatihan sebelum dan selama bisnis dimulai, mematuhi standar atau manual operasi, jaminan dan layanan pelanggan, pengembangan teritorial dan minimum kriteria kinerja, pemeliharaan sarana, asuransi, pemasaran, ganti rugi dan jaminan, catatan dan laporan, inspeksi dan audit.

o. *Summary of other conditions of agreement*

p. *Obligation to sign related agreements*

Memuat ringkasan persyaratan dalam perjanjian *franchise* diantaranya mengenai sewa menyewa, lisensi, perjanjian keamanan termasuk jaminan, hipotek, ganti rugi dan pinjaman, perjanjian kerahasiaan, dan perjanjian lainnya. Semua perjanjian ini harus diberikan kepada *franchisee* minimal 14 hari.

q. *Earnings information*

Memuat mengenai informasi keuntungan yang harus didasarkan dengan alasan yang masuk akal, informasi keuntungan dapat diberikan dalam dokumen terpisah yang melekat pada dokumen pengungkapan. Jika informasi meliputi proyeksi atau perkiraan harus mencakup rincian fakta dan asumsi atau perkiraan yang didasarkan, tingkat penelitian yang dilakukan oleh *franchisor*, periode dimana proyeksi berkaitan, penjelasan tentang pilihan atau

periode ditutupi oleh proyeksi, dan apakah proyeksi atau ramalan meliputi penyusutan, gaji untuk *franchisee* dan biaya pinjaman *service*, serta asumsi mengenai bunga dan pajak.

r. *Financial details*

s. *Updates*

Menyertakan informasi yang diberikan pada *earnings informations* yang telah berubah dari sejak diberikannya dokumen pengungkapan.

t. *Other relevant disclosure information*

Melampirkan salinan dari perjanjian dimana dapat dieksekusi, melampirkan salinan kode, melampirkan informasi lain yang dianggap perlu oleh *franchisor* asalkan tidak bertentangan dengan kode etik panduan kepatuhan.

u. *Receipt*

Calon *franchisee* dapat menyimpan dokumen pengungkapan, dalam tanda terima harus memuat kata-kata seperti berikut:

Untuk (masukkan nama *franchisor*)

Aku (masukkan nama *franchisee*)

Dengan ini mengakui menerima dokumen pengungkapan ini, saya calon *franchisee*, dapat menyimpan untuk catatan saya.

Dalam dokumen pengungkapan di Australia terdapat dua jenis dokumen pengungkapan yaitu *Long-form* dan *Short-form*, yang dibahas di atas, yaitu ketentuan *long-form* dari FCA. Kelebihan dari pengaturan *franchise* di Australia ini yaitu peraturan yang dibuat untuk membuat prospektus sangat detail. Peraturan ini memberikan uraian secara terperinci mengenai dokumen pengungkapan yang dikenal dengan *disclosure* yang baik. Dokumen pengungkapan ini pada praktiknya akan melindungi para calon *franchisee* yang ingin memasuki bisnis *franchise*, karena dokumen ini memberikan gambaran yang cukup jelas akan bisnis *franchise* yang berjalan. Kekurangan dari pengaturan prospektus Australia adalah dimungkinkan adanya pembayaran sebelum masuk ke dalam perjanjian. Menurut penulis dari prospektus yang telah dibahas di atas, prospektus yang paling baik dan lengkap adalah prospektus yang dimiliki oleh Australia karena mengatur secara mendetail.

Perbandingan *Franchise Offering Circular* Pada Pranata Hukum Waralaba Di Indonesia dan di Australia

Dalam *Franchise Offering Circular* Australia dibuat lebih mendetail daripada *Franchise Offering Circular* yang diatur oleh pranata Hukum Indonesia. Setelah membandingkan ketentuan mengenai *Franchise Offering Circular* dalam Pranata Hukum waralaba di Indonesia dan di Australia ditemukan beberapa perbedaan. *Franchise Offering Circular* merupakan ketentuan yang paling mendasar yang wajib dimiliki oleh perusahaan, dan menjadi dasar sebelum pelaksanaan format bisnis *franchise*.

Dalam kelebihan dari pengaturan *franchise* di Australia ini yaitu peraturan yang dibuat untuk membuat prospektus sangat detail. Peraturan ini memberikan uraian secara terperinci mengenai dokumen pengungkapan yang dikenal dengan *disclosure* yang baik. Dalam pengungkapan dokumen di bawah ketentuan hukum waralaba Australia ditentukan paling sedikit memuat mengenai 1) *Franchisor details*; 2) *business experience*; 3) *Litigation*; 4) *Payments to agents*; 5) *Existing franchisees*; 6) *Intellectual property*; 7) *Franchisesite of territory*; 7) *Supply of goods or services to a franchisee*; 8) *Sites or territories*; 9) *Marketing or other cooperative funds*; 10) *Payments*; 11) *Financing*; 12) *Franchisor's obligations*; 13) *Franchisee's obligations*; 14) *Summary of other conditions of agreement*; 15) *Obligation to sign related agreements*; 16) *Earnings information*; 17) *Financial details*; 18) *Updates*; 19) *Other relevant disclosure information*, 20) *Receipt*.

Dalam ketentuan hukum waralaba Indonesia juga menetapkan beberapa ketentuan yang harus dipersiapkan berkaitan dengan *franchise offering circular* Indonesia, yaitu: 1) Nama dan alamat para pihak; 2) Jenis Hak Kekayaan Intelektual; 3) Kegiatan usaha; 4) Hak dan kewajiban para pihak; 5) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran; 6) Wilayah usaha; 7) Jangka waktu perjanjian; 8) Tata cara pembayaran imbalan; 9) Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris; 10) Penyelesaian sengketa; 11) Tata cara perpanjangan pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Perbandingan pranata hukum ini dapat menjadi pembelajaran dalam bagi ketentuan *Franchise Offering Circular* Indonesia untuk membuat ketentuan yang

lebih mendetail agar menjaga keamanan dan kenyamanan berbisnis. Sebagai contoh dalam *franchise offering circular* Australia mengatur mengenai Pembentukan pengoperasian bisnis *franchise* ditentukan bahwa untuk menyediakan kondisi-kondisi material dari setiap pengaturan keuangan antara lain *franchisee* harus menyediakan jumlah minimal modal kerja untuk bisnis *franchise*, dan *franchisee* harus memenuhi menyatakan *debt-to-equity ratio* berkaitan dengan bisnis *franchise*.

Hal yang berkaitan dengan *financing* ini dalam pranata hukum *franchise* Indonesia belum mengatur sedemikian detail sehingga dikhawatirkan akan membuat berbagai pengungkapan dokumen yang dibuat di bawah hukum waralaba Indonesia menjadi tidak kuat mengatur dan mengakomodasi ketentuan berbisnis, dengan memberikan keamanan dan melengkapi ketentuan peraturan mengenai bisnis *franchise* tentunya akan membuat ketertarikan investor asing untuk membuka usahanya di Indonesia dan bekerjasama dengan berbagai *franchisee* asal Indonesia yang nantinya akan mendorong peningkatan investasi nasional.

Penyusunan *franchise offering circular* yang baik tidak hanya dapat meningkatkan nilai investasi namun juga dapat melindungi calon *franchisee* dalam menjalankan bisnis karena dengan dokumen pengungkapan ini calon *franchisee* mendapatkan gambaran secara detail mengenai bisnis yang hendak dijalankan, penganturan *franchise offering circular* di Indonesia dapat mencontoh yang sudah diterapkan di Australia karena pengungkapan dokumen yang jelas serta detail.

Penutup

Dalam penelitian ini diteliti pranata hukum *franchise* khususnya dalam *Franchise Offering Circular* yang merupakan perjanjian dasar sebelum pelaksanaan format bisnis *franchise*.

Franchise Offering Circular (disingkat dengan FOC) merupakan *disclosure document* yang diberikan oleh *franchisor* kepada kandidat *franchisee* yang telah terkualifikasi, sebelum ia memutuskan penandatanganan perjanjian waralaba. FOC berisi fakta-fakta finansial maupun non finansial berkaitan dengan *franchisor*

dan para *franchisee* yang ada saat ini dan yang telah berhenti. FOC dibuat untuk melindungi investor (calon *franchisee*).

Ditemukan adanya perbedaan yang cukup mendasar. Dalam *Franchise Offering Circular* Australia dibuat lebih mendetail daripada *Franchise Offering Circular* yang diatur oleh pranata Hukum Indonesia.

Kelebihan dari pengaturan *franchise* di Australia ini yaitu peraturan yang dibuat untuk membuat prospektus sangat detail. Peraturan ini memberikan uraian secara terperinci mengenai dokumen pengungkapan yang dikenal dengan *disclosure* yang baik. Dokumen pengungkapan ini pada praktiknya akan melindungi para calon *franchisee* yang ingin memasuki bisnis *franchise*, karena dokumen ini memberikan gambaran yang cukup jelas akan bisnis *franchise* yang berjalan. Kekurangan dari pengaturan prospektus Australia adalah dimungkinkan adanya pembayaran sebelum masuk ke dalam perjanjian.

Dalam pranata *Franchise Offering Circular* yang ada di Indonesia seyogyanya melengkapi pengaturan hukum sebagaimana dicontohkan oleh negara-negara maju yang berada di sekitar Indonesia. Melengkapi dengan detail pranata hukum *franchise* sebagai langkah komitmen serius dari Indonesia untuk menyikapi bahwa format bisnis *franchise* akan membawa peningkatan pada aspek ekonomi bisnis di Indonesia.

Daftar Pustaka

Buku:

- Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007.
- Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Galia Indonesia, Jakarta, 2008.
- Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Gelora Aksara Pratama, Erlangga, 2011.
- Henry Campbell Black, M.A., *Black's Law Dictionary, Revised Fourth Edition*, ST Paul Minn, West Publishing Co, 1968.
- Nistains Odop, *Berbisnis Waralaba Murah*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2006.

- R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009.
- Romli Atmasasmita, *Perbandingan Hukum Dalam Sistem Peradilan Pidana*, Gramedia, Bandung, 2000
- Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013.
- Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi*, Salemba Empat, Jakarta, 2003.
- Sutrisno Iwantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, Grasindo, Jakarta, 2006.
- Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014.

Disertasi dan Jurnal Publikasi:

- Christiana Tri Budhayati, "Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Hukum Perjanjian di Indonesia", *Jurnal Widya Sari*, Vol. 10 No. 3 Januari 2009
- Dewi Astuti, *Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 7, No 1 Maret 2005.
- Indira Hastuti, *Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise)*, *Hukum dan Dinamika Masyarakat Edisi Oktober 2006*
- P. Lindawaty S. Sewu, *Aspek Hukum Perjanjian Baku dan Posisi Berimbang Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba*, Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum, Program Pascasarjana, Universitas Katolik Parahyangan
- Rifki Ardianto dan Lathifah Hanim, *Peran Notaris Dalam Perjanjian Waralaba Antara PT POS INDONESIA (Persero) PATI dengan Badan Usaha Perseorangan*, *Jurnal Akta*, Vol 4 No. 1 Maret 2017

Internet:

- Asosiasi *Franchise* Indonesia dalam laman resminya yaitu yang diakses pada tanggal 22 Juni 2018
- Asosiasi *Franchise* Indonesia, *Franchisekan Bisnis mu*, <http://franchise-info.web.id/asosiasi-franchise-di-indonesia/>
- Australia Securities and Investments Commission*, <https://asic.gov.au/about-asic/what-we-do/our-role/>
- Dadang Sukandar, *Mendirikan Bisnis Waralaba (Menyiapkan Legalitas Bisnis anda Menjadi Waralaba Anda Sendiri)*, www.legalakses.com, http://www.legalakses.com/download/free_download/Mendirikan%20Bisnis%20Waralaba.pdf
- John Sier and Philip Colman, Mason Sier Turnbull, *Franchise Australia*, dalam *jurnal Franchise in 32 Jurisdictions worldwide*, www.gettingthedealthrough.com, 2011
- Katarina Klaric dan Stephens Lawyers & Consultants, *Franchising in Australia*, *Newsletter*, Melbourne Australia, <https://www.stephens.com.au/wp-content/uploads/sites/1838/2016/11/FRANCHISING-IN-AUSTRALIA.pdf> (terjemah bebas)
- Sudarmiatin, *Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia*, *Peluang Usaha dan Investasi*, dalam *Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen*

Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Terbuka Senat Universitas Negeri Malang (UM), Tanggal 28 April 2011, <http://digilib.um.ac.id/images/stories/pidatogurubesar/2011/Praktik%20Bisnis%20Waralaba%20Franchise%20Di%20Indonesia%20Peluang%20Usaha%20Dan%20Investasi.pdf>

<http://www.franchise.org.au/about-the-fca.html>

Peraturan Perundang-Undangan:

Burgerlijk Wetboek voor Indonesie, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tetang Rahasia Dagang

Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba

Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba

Permendagri No.31/M-Dag/Per/8/2008.

Permendagri No.12/M-Dag/Per/3/2006 tetang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.