



---

**PENERAPAN ASAS PROPORSIONAL TERHADAP REGULASI  
KONTRAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE)**

***APPLICATION OF PROPORTIONAL PRINCIPLES TO CONTRACT  
REGULATIONS IN FRANCHISE AGREEMENTS***

**Ratna Dewi<sup>1</sup>, Dede Grahassa Harits<sup>2</sup>, Larasati Permatasari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

E-mail: ratna0097@gmail.com<sup>1</sup>, dedegrahassa@gmail.com<sup>2</sup>, larasjib@gmail.com<sup>3</sup>

\*email Koresponden: ratna0097@gmail.com

---

**Article Info**

**Article history :**

Received : 21-04-2024

Revised : 25-04-2024

Accepted : 27-04-2024

Published : 29-04-2024

**Abstract**

*A franchise is a special right owned by an individual or business entity to a business system with business characteristics in order to market goods and/or services that have been proven successful and can be exploited and/or used by other parties. The use of business expertise by other parties in franchise agreements is currently in great demand among Indonesian people. As we all know, many KFC, Mc. restaurants have been established. Donald, Beef Head Meatballs, supermarkets: Indomaret, Alfamaret, AlfaExpres, Giant, Carrefour, and so on. The business capabilities of these companies have proven to be successful, which is why the management systems of these companies are in great demand by members of the public. The type of research in this thesis uses normative legal research or literature which includes research on legal principles and research on legal systematics. The approach in compiling this research uses a statutory approach and a conceptual approach. A franchise agreement is a form of agreement, the contents of which give special rights and authority to the franchisee, to sell products in the form of goods and/or services using a certain trade name or trademark and carry out business activities based on a business format determined by the giver. franchise. Legal consequences if the franchisee does not comply with the franchise contract, the obligation to provide compensation based on default.*

**Keywords : Application Of Proportional, Principles Contract, Regulation Franchise Agreements**

---

**Abstrak**

Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain. Pemanfaatan keahlian berbisnis oleh pihak lain dalam perjanjian waralaba yang tersebut, hari-hari ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, hal ini sebagaimana kita ketahui bersama bahwa banyak didirikan rumah makan KFC, Mc. Donald, Bakso Kepala Sapi, swalayan : Indomaret, Alfamaret, AlfaExpres, Giant, Carrefour, dan sebagainya. Kemampuan berbisnis perusahaan-perusahaan tersebut terbukti berhasil, itu sebabnya sistem manajemen perusahaan-perusahaan tersebut banyak diminati oleh warga masyarakat. Tipe penelitian dalam tesis ini menggunakan penelitian hukum normatif atau kepustakaan yang mencakup penelitian



*terhadap asas-asas hukum dan penelitian terhadap sistematik hukum. Pendekatan dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Perjanjian waralaba merupakan bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba, untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba. Akibat hukum apabila pihak penerima waralaba tidak mentaati kontrak waralaba kewajiban memberikan ganti rugi berdasarkan wanprestasi.*

**Kata Kunci : Penerapan Asas Proporsional, Terhadap Regulasi Kontrak, Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise)**

## **PENDAHULUAN**

Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain. Pemanfaatan keahlian berbisnis oleh pihak lain dalam perjanjian waralaba yang tersebut, hari-hari ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, hal ini sebagaimana kita ketahui bersama bahwa banyak didirikan rumah makan KFC, Mc. Donald, Bakso Kepala Sapi, swalayan : Indomaret, Alfamaret.

Perkembangan dunia ekonomi begitu pesat, hal ini juga didukung oleh variasi pengusaha dalam mengembangkan bisnisnya. Banyak sekali metode atau cara yang dapat digunakan pebisnis untuk memperluas jaringan usahanya, salah satunya melalui waralaba (Widodo, 2016). Franchise atau waralaba merupakan kerjasama bisnis dan secara teknis dapat dipahami sebagai suatu metode perluasan pasar yang digunakan oleh sebuah perusahaan (Karamoy, 2013). Metode ini dianggap sukses dan berkehendak meluaskan distribusi barang atau jasa melalui unit-unit bisnis eceran yang dijalankan oleh pengusahapengusaha independen dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa, Teknik pemasaran dan berada di bawah pengawasan dari perusahaan yang hendak meluaskan pasarannya dengan imbalan pembayaran fees dan royalties (Waskita, 2018).

Perkembangan waralaba sesungguhnya sudah dikenal lama di Indonesia. Ini dibuktikan dengan adanya beberapa bisnis waralaba luar negeri yang hidup dan tumbuh di Indonesia. Berdasarkan kepustakaan diketahui bahwa ada negara yang sengaja tidak menerbitkan peraturan khusus di bidang franchise, misalnya Inggris dan Australia. Sedangkan Amerika Serikat sangat kaya dengan Undang-undang khusus franchise. Tujuan dari pengaturan tersebut lebih berat pada perlindungan untuk franchisee yang umumnya lemah posisinya dalam kaitan kesepakatan kerja sama dan pelaksanaannya (V. Winarto, 2018). Waralaba memiliki konsep yang sudah teratur. Tidak diperlukan memulai usaha dari nol, karena terdapat sistem terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik (Inas Fahmiyah dan Moh. Idil Ghufroon, 2019).

Waralaba adalah perikatan 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 atau penjual barang dan atau jasa.



Badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki disebut dengan pemberi waralaba (franchisor), sedangkan badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba disebut dengan penerima waralaba (franchisee). Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai pada derajat tertentu, waralaba tidak berbeda dengan lisensi (Hak atas Kekayaan Intelektual), khususnya yang berhubungan dengan waralaba nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu, hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk waralaba yaitu waralaba dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan waralaba sebagai suatu format bisnis.

Namun dalam dunia bisnis, perjanjian merupakan hal yang sangat penting, karena menyangkut masa depan bisnis itu sendiri. Mengingat akan hal tersebut, menurut hukum suatu perjanjian merupakan suatu bentuk manifestasi yang adanya kepastian hukum, oleh karena itu dalam praktiknya setiap perjanjian dibuat secara tertulis agar diperoleh suatu kekuatan kepastian hukum, sehingga tujuan kepastian hukum dapat terwujud (Handriani, 2020).

Perjanjian waralaba ada yang dilakukan menggunakan kontrak yang di negosiasikan, namun berkembangnya dunia bisnis juga menuntut para pengusaha untuk dapat melakukan kontrak bisnis secara lebih efisien yaitu dengan menggunakan kontrak baku/kontrak standar (Susiana, 2015). Didalam kontrak baku itu dimuat mengenai kepentingan-kepentingan mereka dalam menjalankan usahanya. Terkadang kepentingan-kepentingan itu dibuat tanpa mempertimbangkan kepentingan pihak lain yang akan terlibat dalam kontrak itu nantinya.

Disisi lain kontrak baku diciptakan oleh para pedagang juga untuk memperoleh suatu kemudahan dalam transaksi yang akan mereka lakukan dengan pihak lain (SARI, Utama, & Syahmin AK, 2013). Jika dilihat dari aspek banyaknya waktu, tenaga dan biaya yang dapat dihemat, tetapi disisi lain, kontrak baku menempatkan pihak yang tidak ikut membuat klausul-klausul dalam kontrak menjadi pihak yang langsung atau tidak langsung dirugikan, yakni disuatu sisi sebagai pihak dalam kontrak itu memiliki hak untuk memperoleh kedudukan yang seimbang dalam menjalankan kontrak tersebut, disisi yang lain harus menerima isi kontrak yang ditawarkan kepadanya.

Pemberi waralaba mempunyai peluang diuntungkan, dimana pemberi waralaba mempunyai kedudukan yang kuat dalam menentukan perjanjian yang dibuatnya dengan menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan Penerima Waralaba (Santosa, 2018), sehingga kedudukan para pihak dalam perjanjian ini tidak seimbang. Pada umumnya salah satu pihak menyiapkan syarat-syarat yang sudah di standarkan pada suatu format perjanjian yang telah dicetak dalam bentuk formulir untuk kemudian diberikan kepada pihak lainnya untuk disetujui.

Penelitian ini penulis juga akan menganalisis sebuah putusan kasasi nomor 995 K/Pdt/2015 dan Nomor 83/Pdt.G/2018/PN Tjk, dimana terdapat pihak-pihak yang bersengketa dalam perkara perdata perjanjian waralaba yang di dasarkan pada asas proporsionalitas serta menganalisis ratio



decidendi hakim dalam memutuskan perkara tersebut. Banyak pandangan mengenai digunakannya kontrak baku dalam dunia bisnis. Sebagian berpendapat bahwa kontrak baku merupakan “penghematan waktu”, dan Sebagian berpendapat bahwa kontrak baku merupakan “perjanjian paksa” (dwang contract). Sehingga dalam hal ini penerima franchise menempati kedudukan yang tertekan dan hanya dapat bersikap “take it or leave it”.

Sebelumnya, terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yakni yang ditulis oleh (Simbolon, Priyono, & Hendrawati, 2016) dengan judul Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba Masaji Fried Chicken. Hasil dari penelitian hukum ini adalah mengenai penerapan asas proporsionalitas dan akibat hukum jika terdapat pasal-pasal yang tidak memenuhi asas proporsionalitas. Meskipun beberapa pasal dalam klausul ini belum menerapkan asas proporsionalitas namun perjanjian tersebut tidak menyimpang dari Pasal 1320 KUHPdata, sehingga perjanjian waralaba Masaji Fried Chicken merupakan perjanjian yang sah bagi para pihak. Perbedaan dengan penelitian ini ialah dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk menganalisis asas proporsionalitas kontrak standar pada perjanjian waralaba.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan yuridis normative dengan menggunakan pendekatan masalah berupa pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Dalam penelitian ini bahan hukum yang penulis gunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer yang digunakan terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim. Selain bahan hukum primer, penulis juga menggunakan bahan hukum sekunder. Bahan hukum sekunder yang utama adalah buku teks karena buku teks berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Pemenuhan Asas Proporsionalitas Pada Kontrak Baku Perjanjian Waralaba**

Pengertian asas proporsional kata ‘proporsionalitas’ atau proporsional berarti sesuai dengan proporsi atau sebanding, berimbang. Sedangkan ‘keseimbangan’ berarti keadaan seimbang (seimbang – sama berat, setimbang, sebanding, setimpal); dalam ilmu fisika diartikan sebagai keadaan yang terjadi bila semua gaya dan kecenderungan yang ada pada setiap benda atau sistem persis dinetralkan atau dilawan oleh gaya atau kecenderungan yang sama besar tetapi mempunyai arah yang berlawanan

Suatu proses, kontrak yang ideal seharusnya mampu mewartakan kepentingan para pihak secara *fair* dan adil (proporsional) pada setiap fase atau tahapan kontrak. Oleh karena itu, perlu dicermati adanya fase penting yang harus dilalui para pihak dalam proses kontrak yaitu negosiasi. Negosiasi dalam kontrak komersial merupakan perwujudan penerapan asas proporsionalitas menuju tahapan pembentukan kontrak. Fase negosiasi merupakan *crucial*



*point* untuk merumuskan pertukaran hak dan kewajiban para pihak yang nantinya mengikat dan wajib untuk dipenuhi.

Hal ini tentunya bertentangan dengan karakteristik bisnis waralaba yang serba cepat dan instan. Bayangkan jika sebuah perusahaan yang berdomisili usaha di Jakarta dan ingin mempunyai 1000 *franchise* yang tersebar di seluruh Indonesia, lantas harus bernegosiasi dengan satu per satu calon *franchise*, harus membuat klausul klausul kontrak yang disepakati kedua belah pihak untuk mendapatkan keseimbangan dalam suatu kerjasama usaha. Hal ini tentunya akan membuang banyak waktu. Oleh karena itu kontrak baku sangatlah tepat digunakan dalam bisnis *franchise* jika di bandingkan dengan perjanjian yang di negosiasikan. Kontrak baku/standar tidak hanya digunakan untuk perjanjian bisnis berskala besar, karena kontrak jenis ini muncul di setiap level transaksi bisnis bahkan bisnis berskala kecil. Negosiasi berlarut-larut perlu dihindari supaya tidak memakan waktu yang terlalu lama dan biaya yang makin banyak. Salah satu pihak biasanya pihak prinsipiel yang berbentuk korporasi, memiliki konsultan hukum yang bertugas untuk menyusun syarat-syarat perjanjian (*term of conditions*) tersebut. Dalam kontrak yang sudah dibakukan, konsultan yang bersangkutan berusaha sedemikian rupa mengamankan dan melindungi kepentingan kliennya dari kemungkinan kerugian yang timbul dari perjanjian.

Harus diperhatikan, walaupun proses negosiasi tidak diterapkan dalam perjanjian waralaba, isi kontrak harus tetap memperhatikan hak dan kewajiban yang seimbang antar pihak. (Hernoko, 2016) mengungkapkan bahwa kontrak pada dasarnya merupakan bagian penting dari suatu proses bisnis yang syarat dengan pertukaran kepentingan di antara para pelakunya. Merancang suatu kontrak pada hakikatnya “menuangkan proses bisnis ke dalam format hukum”. Mengandaikan hubungan yang sinergis-korelatif antara aspek bisnis dengan hukum (kontrak). Ibarat lokomotif dan gerbongnya sebagai personifikasi aspek bisnis sedang bantalan rel dimana lokomotif dan gerbong itu berjalan menuju tujuan sebagai personifikasi aspek hukumnya (kontrak). Oleh karena itu, keberhasilan bisnis antara lain juga akan ditentukan oleh struktur atau bangunan kontrak yang di rancang dan disusun oleh para pihak. Namun patut disayangkan para pelaku bisnis merumuskan proses bisnisnya dalam format kontrak yang asal-asalan, sehingga tidak memerhatikan proses, prosedur serta norma perancangan kontrak yang benar (*drafting contract process*). Suatu perjanjian/kontrak standart telah dibuat dengan memenuhi syarat- syarat sahnya perjanjian, maka berlaku ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya dengan disertai konsekuensi pada ayat (2) yang menyatakan bahwa suatu persetujuan tidak dapat ditarik kembali selain melalui kesepakatan atau oleh undang-undang. Lebih lanjut pada ayat (3) menekankan bahwa pelaksanaan perjanjian harus dengan itikad baik.

Pembuatan Perjanjian Waralaba pada ketentuan Pasal 7 PP Nomor 42 Tahun 2007 menentukan sebagai berikut: “Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran”. Sehubungan



dengan hal tersebut pada Pasal 1 butir 6 Permendag nomor: 53/M—DAG/PER/8/2012 menjelaskan bahwa:

*“Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari Pemberi Waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas Pemberi Waralaba, legalitas usaha Pemberi Waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi Pemberi Waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar Penerima Waralaba, hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.”*

Penggunaan kontrak standar pada perjanjian waralaba adalah perwujudan dari salah satu asas kontrak, yaitu asas kebebasan berkontrak. Asas ini dapat disimpulkan dari Pasal 1338 KUH Perdata yang menerangkan bahwa segala perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sebenarnya yang dimaksudkan oleh pasal tersebut tidak lain dari pernyataan bahwa setiap perjanjian mengikat kedua belah pihak. Tetapi dari pasal ini kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa orang leluasa untuk membuat perjanjian apa saja asal tidak melanggar ketertiban umum atau kesusilaan. Orang tidak saja leluasa untuk membuat perjanjian apa saja, bahkan pada umumnya juga diperbolehkan mengeyampingkan peraturan-peraturan yang termuat dalam KUH Perdata. Sistem tersebut lazim disebut dengan sistem terbuka (openbaar system). Sehingga dalam perjanjian waralaba yang menggunakan standart kontrak tetap dianggap sah dan mengikat kedua belah pihak.

Kontrak standar dalam perjanjian waralaba memang sah dan mengikat kedua belah pihak, namun menurut saya harus terdapat pembatasan. Pembatasan tersebut dilakukan untuk menekan penyalahgunaan keadaan yang disebabkan oleh karena berlakunya asas kebebasan berkontrak. Hal ini berkaitan dengan teori keadilan karena dalam praktiknya pembatasan ini dapat ditemukan pada UU Pasal 18 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Iskandar, 2017).

Kelancaran pelaksanaan perjanjian waralaba akan terjamin jika para pihak dan isi perjanjian waralaba harus selalu mengacu pada peraturan perundang-undangan. Dalam perjanjian franchise kewajiban-kewajiban franchisor seringkali tidak dicantumkan secara tegas, sehingga seringkali menimbulkan ketidakseimbangan. Dengan alasan untuk menstandarkan bisnis *franchise*, *franchisor* dapat menentukan agar *franchise* menjalankan ketentuan tersebut tentunya dengan biaya-biaya lain (*other fees*) yang ditanggung sendiri. Dalam hal demikian *franchise* tidak dapat menolak, meskipun seringkali terdapat

kewajiban-kewajiban yang sebenarnya tidak diperlukan. Perancangan kontrak baku pada waralaba, ada syarat syarat tertentu agar tidak memunculkan klausa eksonerasi yang cenderung merugikan pihak franchisee sebagai pihak yang lemah. Eksonerasi yang timbul karena kesengajaan pengusaha bertentangan dengan kesusilaan. Kalimat yang menyebutkan “pihak pertama lepas dari tanggung jawab yang timbul dari padanya” merupakan klausula eksonerasi yaitu syarat yang membatasi atau membebaskan tanggung jawab salah satu pihak atau perseorangan dalam melaksanakan perjanjian. Syarat eksonerasi ini muncul dikarenakan salah



satu pihak tidak ingin menderita kerugian terlalu banyak terhadap suatu perbuatan, maka menghindari kerugian dengan membuat klausula eksonerasi.

Ketentuan pasal 18 undang-undang perlindungan konsumen , larangan penggunaan perjanjian baku dikaitkan dengan dua hal, yaitu isi dan bentuk penulisannya, dari segi isinya dilarang menggunakan perjanjian baku yang memuat klausulaklausula yang tidak adil, sedang dari segi bentuk penulisannya, klausul-klausul itu harus dituliskan dengan sederhana, jelas dan terang sehingga dapat dibaca dan dimengerti dengan baik. Perjanjian waralaba terdapat klausul yang mencerminkan asas proporsionalitas di antaranya adalah :

#### 1. Klausul *fee* dan *royalty*

Pencantuman klausul *fee* dan *royalty*, terkait dengan kewajiban *franchise* untuk memnuhi kewajiban membayar sejumlah uang sebagai bagian yang tak terpisahkan dari komitmen kerja sama. Kewajiban pembayaran *fee* ini pada umumnya dilakukan pada awal pelaksanaan hubungan kontraktual. Sedangkan pembayaran *royalty*, merupakan bentuk pembayaran terhadap hasil penggunaan atau pemanfaatan hak (HKI), produk maupun manajemen oleh *franchise*.

#### 2. Klausul pengawasan (quality control product and management)

Pencantuman klausul pengawasan (quality control product and management) merupakan bagian dari komitmen *franchise* untuk menjaga image (nama baik) produk milik franchisor. Klausul ini penting, mengingat terjaganya kualitas produk maupun bentuk pelayan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Untuk itu bentuk pengawasan yang ketat merupakan upaya mempertahankan kelangsungan *franchise* itu sendiri

#### 3. Klausul penggunaan bahan atau produk franchisor (tie-in clause)

Pencantuman klausul penggunaan bahan atau produk franchisor (tie in clause), merupakan bagian dari proses bisnis *franchise* untuk menjaga mutu produk agar tetap memenuhi standar kualitas yang ditentukan. Bahkan acap kali klausul terkait dengan kerahasiaan produk atau jasa yang di *franchise*-kan

#### 4. Klausul daerah pemasaran eksklusif

Pencantuman klausul daerah pemasaran eksklusif ini terkait kebijakan untuk mengatur jaringan distribusi franchisee, selain untuk menghindari persaingan sesama franchisee juga diharapkan memberi jaminan hasil investasi yang telah ditanamkan oleh franchisee

#### 5. Klausul Kerahasiaan

Pencantuman klausul kerahasiaan dimaksudkan untuk mengikat *franchise* agar tidak membocorkan rahasia yang telah dilisensikan tersebut kepada pihak lain tanpa seizin tertulis franchisor. Hal ini sangat erat kaitannya dengan HAKI, besarnya investasi franchisor serta pertimbangan bisnis lainnya.



---

**B. Pertimbangan Hakim Dalam Putusan Pengadilan Negeri Nomor.83/Pdt.G/2018/PN Tjk**

Perkara ini di mulai dengan gugatan wanprestasi dari *franchisor* kepada pihak franchisee yang telah melakukan pemutusan kontrak Kerjasama waralaba secara sepihak. Yang kemudian pihak tergugat menggugat balik (gugatan rekovensi) dengan pokok atau dasar gugatan asas proporsionalitas yang tidak terpenuhi dalam perjanjian tersebut. Penggugat adalah pemilik dari *franchise* salon yang bernama SARI (Star Abadi Ratu Indonesia) dan tergugat adalah *franchise* dari *franchise* salon tersebut. Antara penggugat dan tergugat telah terjadi hubungan hukum berupa perjanjian kerjasama yang dituangkan dalam akta notaris. *Franchise* wajib menyediakan lokasi tempat usaha berupa rumah, gedung, perkantoran, atau ruko dengan lokasi yang strategis, tersedia sarana parkir dan terjangkau oleh sarana transportasi umum. Seiring berjalannya waktu, pihak penggugat menemukan tergugat melakukan wanprestasi atas perjanjian yang telah dibuat, berupa penyalahgunaan lahan lokasi tempat usaha. Tergugat nyata telah mengurangi, memperkecil, dan mempergunakan fasilitas salon, berupa sarana prasarana ruangan perawatan kecantikan, area parkir dan lain-lain untuk kepentingan lain.

Kemudian tergugat (*franchise*) membatalkan kontrak secara sepihak yang menyebabkan wanprestasi perjanjian yang tidak seimbang, bahwa ternyata *franchisor* tidak mempunyai proforma keuangan sama sekali namun tetap membujuk penggugat rekovensi untuk menandatangani perjanjian dengan menjanjikan bahwa pihak *franchise* akan memperoleh keuntungan. *Franchise* menyatakan bahwa setelah perjanjian berjalan, *franchisor* terus menerus menikmati dan mengambil keuntungan dari *franchise*, tanpa memikul tanggung jawab apapun juga. Semua pegawai yang bekerja di salon tersebut dibayar dan digaji oleh *franchisor*, tetapi franchisee sama sekali tidak diberi wewenang untuk melakukan perekrutan pegawai dan tidak diberi wewenang campur tangan dalam hal manajemen. Selain itu pihak franchisee juga harus membeli peralatan seperti meja rias dll milik *franchisor*, namun anehnya, dalam perjanjian Waralaba Sari diatur bahwa karena design meja rias tetap menjadi milik *franchisor*, maka meja rias tetap menjadi milik *franchisor*, sehingga apabila perjanjian berakhir, maka franchisee harus mengembalikan meja rias tersebut kepada *franchisor*. *Franchisor* setiap bulan menerima 10% dari penghasilan kotor dari pemasukan yang diperoleh dari pelanggan, tanpa mempedulikan apakah pemasukan bulanan cukup atau tidak untuk membayar dan menutupi biaya operasional salon dan spa.

Contoh kedua sengketa yang didasarkan pada asas proporsionalitas pada perjanjian waralaba putusan *franchisor* dan perbuatan melawan hukum. Putusan ini berakhir di pengadilan tingkat 1 dengan amar putusan mengabulkan eksepsi tergugat I dan tergugat II menyatakan Pengadilan Negeri tidak berwenang mengadili perkara ini, serta menghukum penggugat untuk membayar biaya perkara.

Perkara kedua ini banyak sekali terjadi ketidak seimbangan pada proses pra kontrak, dan tahapan pelaksanaan kontrak dikarenakan penggunaan kontrak standar yang tidak menerapkan asas proporsionalitas. Menurut keterangan penggugat adalah bahwa sebelumnya, Para Tergugat telah menyiapkan draft Perjanjian Waralaba (*Franchise*) secara sepihak tanpa mendiskusikan



dan menjelaskan maksud-maksud dan pengertian dari tiap klausula yang ada dalam Perjanjian Waralaba tersebut kepada Para Penggugat. Para Tergugat juga tidak pernah menunjukkan bukti-bukti formal dari identitas diri Para Tergugat dan izin-izin, kepemilikan hak-hak yang terkait dengan usaha waralaba dari tergugat. Pada point ini, menurut saya hal ini sangat sangat merugikan pihak franchisee. Pihak ekonomi kuat selalu berperan sebagai pihak yang lebih diuntungkan.

Ketidak berdayaan pihak yang lemah semakin membuat posisi pihak ekonomi kuat berkesempatan untuk memperlakukan pihak lemah dengan semena mena. Selain itu sejak saat akta perjanjian waralaba tersebut dibuat dan di tandatangani oleh pihak franchisor dan franchisee, pihak franchisor tidak bisa menunjukan asli atau Salinan dari dokumen-dokumen milik tergugat I (franchisor). Serta dokumen dokumen lain yang berkaitan dengan perjanjian waralaba, termasuk hak merk, hak cipta, hak paten, dan Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PKP) dari Kantor Pelayanan Pajak, atas nama PT Kartika Ayoe. Dan setelah di lakukan pengecekan oleh tim penggugat (franchisee), bahwa ternyata Kementrian Hukum dan Ham belum pernah menerbitkan Sertifikat Hak Merek, Sertifikat Hak Cipta dan Sertifikat Hak Paten "Elty Clinic" atas nama dr. Henny Kartika Sari (tergugat II) atau PT Kartika Ayoe (Tergugat I). Kantor Pelayanan Pajak Tanjung Karang, Bandar Lampung juga tidak pernah mengeluarkan Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PKP) atas Nama PT Kartika Ayoe (franchisor). Kedua putusan yang telah di jabarkan di atas mempunyai kesamaan yaitu terabaikannya asas proporsionalitas dalam pembuatan kontrak baku bisnis waralaba.

Bahkan pada putusan ke dua, pihak franchisee tidak diberi waktu untuk memahami isi dari kontrak tersebut. Hakim dalam mempertimbangan keputusannya seharusnya mempertimbangkan asas-asas dalam berkontrak. Karena asas hukum memiliki tujuan untuk memberikan arahan yang layak atau pantas menurut hukum dalam hal menggunakan atau menerapkan aturan-aturan hukum. Dengan asas tersebut dapat pula diketahui mana-mana aturan yang layak dan tidak layak dijalankan. Demikian pula dengan asas proporsionalitas, sebagaimana asas-asas hukum yang lain, juga diharapkan dapat menjadi titik tolak dalam pembentukan suatu kontrak, agar suatu kontrak yang diadakan sesuai dengan nilai dan kehendak masing-masing pihak.

Asas hukum menjadi sangat penting dalam pengaturan kontrak karena terbukti nyata, terabaikannya asas-asas dalam berkontrak dapat mendorong pihak yang berkontrak untuk melakukan wanprestasi. Seperti contoh putusan di atas, alasan pihak franchisee melakukan wanprestasi adalah tidak terpenuhinya asas-asas dalam berkontrak diantaranya adalah asas proporsionalitas, asas itikad baik, dan asas kebebasan berkontrak. Walaupun pada umumnya tidak ada sanksi apabila hukum positif tidak mengindahkan asas hukum, namun jika hal itu tersebut terjadi, maka sangat mungkin hukum positif tersebut tidak atau kurang memenuhi dasar-dasar keberlakuan hukum yang baik. Dasar-dasar keberlakuan hukum yang dimaksud yaitu dasar filosofis, yuridis, maupun sosiologis.



Maka dari itu ada kalanya suatu asas hukum dijadikan pertimbangan oleh badan yudisial dalam mengadili perkara tertentu. Paul Scholten, mengartikan asas-asas hukum itu “tendensi-tendensi yang disyaratkan kepada hukum oleh paham kesusilaan kita”. Dipahami asas-asas hukum itu sebagai pikiran-pikiran dasar yang terdapat di dalam dan di belakang sistem hukum, masing-masing dirumuskan dalam aturan-aturan perundang-undangan dan putusan putusan hakim, yang berkenaan dengannya ketentuan- ketentuan dan keputusan-keputusan individual dapat dipandang sebagai penjabarannya. Asas hukum memiliki fungsi yang krusial bagi pembentukan hukum konkrit serta bagi pengaturan dan pembentukan perjanjian. Di samping itu, asas hukum juga memiliki fungsi sebagaimana dikemukakan oleh Smith dalam (AFWIN, Syaifuddin, & Afrilia, 2020), yaitu :

1. Asas-asas hukum berfungsi untuk menjaga keterjalinan atas aturan-aturan hukum yang tersebar.
2. Asas-asas hukum berfungsi sebagai dasar pemecahan atas masalah-masalah yang timbul dan baru.
3. Asas-asas hukum berfungsi sebagai dasar pembentukan ajaran hukum baru yang dapat dijadikan dasar penyelesaian atas masalah yang baru

Agar perlindungan dan keadilan terwujud dalam suatu perjanjian, diperlukan keselarasan dari seluruh asas-asas hukum perjanjian, yaitu asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas kepastian hukum (*pacta sunt servanda*), asas itikad baik (*good faith*), asas kepribadian, asas kepercayaan, asas persamaan hukum, asas keseimbangan, asas kepastian hukum, asas moral, asas kepatutan, dan asas perlindungan (Sinaga, 2018).

Keseluruhan asas ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya, tidak dapat dipisahkan, diterapkan secara bersamaan, berlangsung secara proporsional dan adil, dan dijadikan sebagai bingkai mengikat isi perjanjian tersebut. Dengan demikian diharapkan penerapan hukum yang ideal dan dikehendaki dapat terwujud.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa asas proporsionalitas adalah asas yang mengatur pertukaran hak dan kewajiban serta pembagian risiko yang seimbang antara kedua belah pihak. Dalam hubungan kontraktual, asas proporsionalitas harus terpenuhi untuk mencapai suatu bentuk keadilan. Dalam kontrak baku waralaba kedua unsur perjanjian harus dapat terpenuhi, yang pertama adalah unsur esensialia yang ditandai dengan ditandatanganinya kontrak baku perjanjian waralaba oleh penerima waralaba yang berarti setuju dengan substansi dan ketentuan waralaba yang ditawarkan. Diharapkan asas proporsionalitas dapat efektif digunakan dalam seluruh tahapan kontrak, mulai dari tahap pra kontrak, kontrak, dan pelaksanaan kontrak. Yang kedua adalah unsur naturalia, dimana dalam kontrak baku perjanjian waralaba harus memperhatikan regulasi yang berlaku. Seperti Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang



Waralaba serta memperhatikan kepentingan konsumen (*franchisee*) sesuai dengan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kontrak baku dalam perjanjian waralaba diperbolehkan untuk digunakan, sah dan mengikat kedua belah pihak. Hal ini sebagai perwujudan asas kebebasan berkontrak dimana segala perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Latar belakang dibuatnya kontrak standart untuk perjanjian Kerjasama waralaba adalah untuk kepentingan praktis para pihak agar proses perjanjian tidak memakan waktu dan biaya yang banyak. Pada kenyataannya kontrak baku sudah dipakai secara luas dalam bisnis waralaba dari dulu dan lahir dari kebutuhan masyarakat. Penggunaan kontrak standart pada waralaba memang dapat menimbulkan pengikisan asas kebebasan berkontrak dan asas proporsionalitas, namun pasal 1337, 1338 ayat (3), dan 1339 KUHPerdara dapat digunakan sebagai pembatas atau tolok ukur, apakah suatu perjanjian waralaba yang menggunakan kontrak baku terdapat klausul yang memberatkan salah satu pihak atau tidak

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afwin, Asta Ajeng Auliya, Syaifuddin, Muhammad, & Afrilia, Dian. (2020). *Perlindungan Hukum Yang Proporsional Bagi Perusahaan Rintisan (Startup) Dan Konsumen Dalam Sistem Hukum Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik Di Indonesia*. (Skripsi Sriwijaya University).
- Handriani, Aan. (2020). *Perlindungan Hukum Bagi Debitur Dalam Perjanjian Kredit Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Pamulang Law Review, 2 (2).
- Hernoko, Agus Yudha, (2011). *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Hernoko, Agus Yudha. (2016). *Asas Proporsionalitas Sebagai Landasan Pertukaran Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Kontrak Komersial*. Jurnal Hukum Dan Peradilan, 5(3).
- Inas Fahmiah dan Moh. Idil Ghufron. (2019). *Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 3, No. 1, Januari 2019, Online ISSN: 2540-8 402, Print ISSN: 2540-8399.
- Iskandar, M.Roji. (2017). *Pengaturan Klausula Baku Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Perjanjian Syariah*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 1(2).
- Karamoy, Amir. (2013). *Waralaba-Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha*
- Santosa, Eko Budi. (2018). *Perjanjian Waralaba Dalam Kegiatan Jenis Usaha Ritel*. *Sapientia Et Virtus*, 3(2).
- Sari, D. W. I.Purnama, Utama, Meria, & Syahmin Ak, Syahmin A. K. (2013). *Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Kontrak Baku Internasional Yang Diatur Unidroit Principles*. (Skripsi Sriwijaya University).



- 
- Simbolon, Cut Helmi Yanti, Priyono, Ery Agus, & Hendrawati, Dewi. (2016). *Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba Masaji Fried Chicken*. Diponegoro Law Journal, 5(2).
- Sinaga, Niru Anita. (2018). *Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian*. Binamulia Hukum, 7(2)  
*Sukses*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susiana, Susiana. (2015). Kontrak Baku Franchise Ditinjau Dari Ketentuan Unidroit Dan Kuh Perdata. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 17(1).
- V. Winarto, 2018, Pengembangan Franchise di Indonesia Aspek Hukum dan Non-Hukum” Makalah pada Seminar Aspek-Aspek Hukum tentang Franchising, Ikadin, Jakarta.
- Waskita, Muhammad Panji. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Franchise Syariah Kebab (Studi Kasus Di Kantor Cabang Kebab Corner Serang)*. (Skripsi Universitas Islam Negeri Smh Banten).
- Widodo, Hendro. (2016). *Peran Notaris Dalam Perjanjian Franchise/Waralaba (Studi Kasus Waroeng Steak Supriadi Kota Semarang)*. (Universitas Islam Sultan Agung Unissula).