

## PANCASILA PENGENDALI BISNIS WARALABA

**Sitti Maryam**

STKIP Pembangunan Indonesia

[sitti.patajai@gmail.com](mailto:sitti.patajai@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*Pancasila as a way of life, philosophy and ideology of the Indonesian people, so it is natural and proper to be a strong pillar in running a franchise business. The basic values of Pancasila that are applied in regulating the economy, including franchise businesses, are oriented to the values of God, humanity, unity, democracy and social justice, as contained in Article 33 paragraph (4) of the 1945 Constitution, which is further elaborated in Government Regulation Number 16 of 1997 concerning Franchising, followed by Decree of the Minister of Industry and Trade of the Republic of Indonesia (SK.MPP) Number 259/MPP/Kep/7/1977 concerning Provisions and Procedures for Implementing Franchise Business Registration. Then issued the Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 42 of 2007 concerning Franchising. In addition, both parties (the grantor and the franchisee) are bound by an agreement made and mutually agreed upon. This study uses qualitative research methods accompanied by descriptive analysis by referring to some literature that questions the problem of the object under study. The government must be able to have a positive influence on global economic development, as well as anticipate the effects of globalization, and prevent monopolistic practices and business competition in running a franchise business.*

**Keywords:** *Divinity Franchise business, Humanity, Unity, Democracy and Justice.*

### **ABSTRAK**

Pancasila sebagai pandangan hidup, falsafah dan idiologi bangsa Indonesia, sehingga wajar dan patut menjadi pilar tangguh dalam menjalankan bisnis waralaba. Adapun nilai-nilai dasar Pancasila yang ditarapkan dalam mengatur perekonomian termasuk bisnis waralaba berorientasi pada nilai berketuhanan, berkemanusiaan, persatuan, berkerakyatan dan berkeadilan sosial, sebagaimana termuat pada Pasal 33 ayat (4) UUD 1945, kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, diikuti Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia (SK.MPP) Nomor 259/MPP/Kep/7/1977 tentang Ketentuan dan Tata Cara

Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Kemudian terbit Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Di samping itu, kedua belah pihak (pemberi dan penerima waralaba) terikat dalam perjanjian yang dibuat dan disepakati bersama. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif disertai analisis deskriptif dengan merujuk pada beberapa literatur yang mempersoalkan permasalahan obyek yang diteliti. Pemerintah harus mampu memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan perekonomian secara global, sekaligus mengantisipasi pengaruh arus globalisasi, dan mencegah terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha dalam menjalankan bisnis waralaba.

**Kata Kunci:** bisnis Waralaba Berketuhanan, Berkemanusiaan, Persatuan, Berkerakyatan dan Berkeadilan.

## **PENDAHULUAN**

Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 pada alinea keempat berisi nilai-nilai luhur Pancasila, nilai-nilai dimaksud menjadi mutiara berharga bagi hidup dan kehidupan umat manusia, khususnya bagi segenap rakyat dan bangsa Indonesia. Hal ini penting dimaklumi, karena eksistensi Pancasila bagi segenap rakyat dan bangsa Indonesia merupakan falsafah negara. Oleh karena itu, maka cukup ideal bilamana segenap rakyat dan bangsa Indonesia terutama yang pemikirannya berorientasi pada ekonomi, maka hendaknya menempatkan Pancasila sebagai kesatuan falsafah dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Pemerintah dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya, selalu berusaha agar aktivitas yang dilakukan tetap bersinergi dan bersesuaian dengan tuntutan pembangunan ekonomi nasional. Sedang konsep dasar dari pembangunan nasional merupakan suatu rangkaian kegiatan pembangunan yang berkesinambungan, meliputi seluruh aspek hidup dan kehidupan masyarakat, bangsa dan negara termaktub dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, antara lain;... melindungi segenap bangsa Indonesia ... untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Hal ini penting dimaklumi, karena setiap pelaku usaha (pengusaha) dalam menjalankan berbagai jenis usahanya menghendaki adanya peran aktif Pemerintah dengan menerapkan konsep pembangunan ekonomi melalui prinsip keterbukaan. Pemerintah harus mampu memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan perekonomian secara global, sekaligus mengantisipasi pengaruh arus globalisasi, dan mencegah terjadinya praktek monopoli. Landasan

penerapan sistem ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai Pancasila ditegaskan dalam Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 33 ayat (4) menyatakan bahwa:“Perekonomian nasional, diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”.

Penegasan Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 diperlukan oleh lembaga dan/atau instansi yang berwenang dalam pengaturan bisnis waralaba yang berlaku di Indonesia, sehingga waralaba dimaksud dapat mewujudkan suatu iklim usaha yang berorientasi pada kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Kemudian bisnis waralaba (*Franchise*) yang berkembang di luar negeri atau negara asalnya kelihatannya memiliki sifat ekspansif, monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, kemudian setelah pemilik bisnis waralaba mengembangkan usahanya dan merambah kebeberapa negara termasuk Indonesia, maka secara juridis formal, maka bisnis waralaba harus mengikuti dan tunduk pada aturan yang berlaku di Indonesia yang berorientasi pada prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional, berlandaskan pada ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kerakyatan dan berkeadilan. Sedang kerjasama atau hubungan bisnis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba berlaku Pasal 1320 KUHPerdara berbunyi untuk sahnya perjanjian diperlukan 4 syarat yakni; 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri; 2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian; 3) Suatu pokok persoalan tertentu; 4) Suatu sebab yang tidak terlarang.

Dengan asas kebebasan berkontrak ini, para pihak yang membuat atau mengadakan perjanjian diperbolehkan untuk menyusun dan membuat kesepakatan atau perjanjian yang melahirkan kewajiban apa saja, selama dan sepanjang prestasi yang wajib dilakukan tersebut bukan sesuatu yang dilarang. Hukum tidak pernah berhubungan dan tidak perlu mengetahui apa yang melatar belakangi dibuatnya suatu perjanjian, melainkan cukup bahwa prestasi yang perjanjikan untuk dilaksanakan yang diatur dalam perjanjian yang dibuat oleh para pihak tidak mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.(Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja: 2002).

Hal ini penting dimaklumi, karena setiap pelaku usaha (pengusaha) dalam menjalankan berbagai jenis usahanya menghendaki adanya peran aktif Pemerintah dengan menerapkan konsep pembangunan ekonomi melalui prinsip keterbukaan. Pemerintah harus mampu memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan perekonomian secara global, sekaligus mengantisipasi pengaruh arus globalisasi, dan mencegah terjadinya praktek monopoli.

Bisnis waralaba merupakan salah satu jenis kegiatan ekonomi yang bernuansa regional, nasional dan Internasional. Oleh karena itu, usaha waralaba mempertautkan kepatutan diantara mereka yang terlibat di dalam kegiatan bisnis waralaba. Sehingga wajar dan patut, apabila nilai-nilai luhur Pancasila menjadi penuntun terjalannya kerja sama kemitraan di antara Pemberi dan Penerima waralaba. Sedang jalinan kemitraan yang terbentuk atas dasar nilai-nilai luhur Pancasila, pada akhirnya akan berorientasi pada terciptanya kesejahteraan sosial di antara para pelaku waralaba itu sendiri.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi lalu lintas perdagangan dan mendorong laju pertumbuhan perekonomian bangsa Indonesia, ditandai dengan masuknya berbagai bentuk dan jenis usaha baru perdagangan menuntut adanya kesiapan bisnis dari para pelaku ekonomi. Pemerintah tidak boleh berdiam diri terhadap perkembangan dunia usaha melainkan harus lebih pro-aktif melaksanakan pembinaan. Salah satu jenis usaha yang mendapat perhatian dari pemerintah yakni "Waralaba" (*franchise*) berbentuk usaha kerjasama bisnis dan diwujudkan dalam bentuk perjanjian tertulis. Patut disadari KUHPerdata berisi prinsip-prinsip dasar dan tidak secara limitatif mengatur hubungan dalam bisnis *franchise*, sehingga perlu ada upaya untuk menghindari kekosongan aturan, sehingga untuk pertama kalinya diterbitkan PP. Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, diikuti Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia (SK.MPP) Nomor 259/MPP/Kep/7/1977 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Kemudian dalam Pasal 50 huruf b UU. Nomor 5 Tahun 1999, bahwa; waralaba dikecualikan dari larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Kemudian terbit Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, di dalam aturan dimaksud dinyatakan bahwa waralaba (*Franchise*) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Pemberi waralaba

(*Franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan Penerima Waralaba (*Franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberi hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Dengan demikian, artikel ini membahas tentang penerapan nilai-nilai Pancasila sebagai alat pengendali dalam menjalankan bisnis waralaba di Indonesia.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang analisisnya lebih menekankan pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah (Saifuddin Azwar, 2005). Penggunaan metode penelitian kualitatif, disertai analisis deskriptif dengan merujuk pada beberapa literatur yang mempersoalkan permasalahan obyek yang diteliti, serta memerlukan dukungan data kuantitatif melalui cara berfikir formal dan argumentatif. Akan tetapi penelitian kualitatif tersebut, tidak melakukan pengujian hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam era globalisasi perkembangan jenis usaha bisnis waralaba tidak bisa dihindari seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dunia yang sangat pesat dan cepat. Oleh karena itu, pemerintah menyadari perlu untuk memberikan ruang gerak bagi pertumbuhan dan perkembangan bisnis waralaba di Indonesia, sehingga masyarakat dapat ikut berperan aktif dalam mendorong laju pertumbuhan dan perkembangan ekonomi secara kondusif.

Globalisasi ekonomi dewasa ini ditandai adanya keterbukaan perekonomian yang hampir dialami oleh semua negara dibelahan dunia desawa ini. Sehingga mengakibatkan sistem perekonomian menjadi terbuka bebas seluas-luasnya. Globalisasi mengubah kehidupan manusia sehari-hari terutama negara berkembang, pada saat yang sama mereka menciptakan suatu sistem-sistem dan kekuatan-kekuatan transnasional yang baru. Di samping itu, dengan terjadinya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan mendorong globalisasi ekonomi semakin pesat, seiring munculnya alat-alat teknologi komunikasi semakin canggih sebagai sarana informasi berkemunikasi yang dapat digunakan secara luas yang

tidak mengenal batasan wilayah dan waktu. Salah satu bisnis yang berkembang pesat di Indonesia adalah waralaba (*Franchise*).

Waralaba merupakan sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan, dimana pemilik merek atau Pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan atau Penerima waralaba untuk melaksanakan bisnis waralaba dengan mempergunakan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya serta dalam jangka waktu yang telah disepakati dan meliputi area tertentu.

Franchise adalah sebuah format bisnis yang dituangkan dalam suatu perjanjian antara franchisor sebagai pemilik hak intelektual, brand, logo dan sistem operasi dan franchisee sebagai penerima (konsep, sistem, penemuan, proses, metode/cara/Haki, logo, merk/nama) Untuk itu royalty fee wajib dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor sesuai yang diperjanjikan. Mengenai berapa besarnya, tergantung jenis usaha serta perhitungan dari franchisor yang mencakup aspek feasibility atau kelayakan suatu usaha franchise. Namun demikian, besarnya royalty fee yang wajar adalah berkisar antara 1%-12%. Prosentase tersebut biasanya diambil dari omset kotor dan bukan profit. Sebab bila dihitung dari profit maka perhitungannya akan limet karena profit itu sudah masuk dalam pembukuan sehingga perhitungan harus memperhatikan banyak aspek. (Sudarmiati: 2011).

Di Indonesia bentuk usaha franchise ini banyak digunakan dalam usaha *fast food* (*Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald*), perhotelan, jasa konsultasi, minimarket, jasa kesehatan, rekreasi dan hiburan serta sistem pendidikan dan jasa penyewaan mobil dan juga digunakan oleh bisnis waralaba lokal atau dalam negeri seperti Es Teller 77. Oleh karena bisnis waralaba sudah diminati masyarakat luas oleh sebagian pelaku usaha bisnis di Indonesia, sehingga pemerintah memandang perlu memberikan atau mengatur ruang gerak bagi pertumbuhan dan perkembangan bisnis waralaba di Indonesia, sehingga sepatutnyalah masyarakat dapat ikut berperan aktif dalam mendorong laju pertumbuhan dan perkembangan ekonomi secara kondusif, olehnya itu maka pemerintah telah membuat suatu regulasi berkenaan dengan bisnis waralaba yang dalam pengaturan dan pelaksanaan perekonomian di Indonesia tidak boleh bertentangan nilai-nilai Pancasila sebagai falsafah dan pandangan hidup bangsa Indonesia dan UUD 1945. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan suatu iklim usaha yang kondusif, dengan menanamkan prinsip nilai-nilai; berketuhanan, berkemanusiaan, persatuan, berkerakyatan dan berkeadilan sosial.

Adapun nilai-nilai dasar intrinsiknya Ekonomi Pancasila sebagai berikut:

1. Ketuhanan, di mana “roda kegiatan ekonomi bangsa digerakkan oleh rangsangan ekonomi, sosial, dan moral”
2. Kemanusiaan, yaitu : “kemerataan sosial, yaitu ada kehendak kuat warga masyarakat untuk mewujudkan pemerataan sosial, tidak membiarkan terjadi dan berkembangnya ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial”
3. Persatuan adalah sistem ekonomi merupakan keseluruhan lembaga (pranata) ekonomi yang hidup dalam suatu Kepentingan Nasional (Nasionalisme Ekonomi), di mana “nasionalisme ekonomi; bahwa dalam era globalisasi makin jelas adanya urgensi terwujudnya perekonomian nasional yang kuat, tangguh, dan mandiri”.
4. Kepentingan Rakyat Banyak (Demokrasi ekonomi) : ”demokrasi ekonomi berdasar kerakyatan dan kekeluargaan; koperasi dan usaha kooperatif menjiwai perilaku ekonomi perorangan dan masyarakat”.
5. Keadilan Sosial, yaitu : “keseimbangan yang harmonis, efisien, dan adil antara perencanaan nasional dengan desentralisasi ekonomi dan otonomi yang luas, bebas, dan bertanggungjawab, menuju pewujudan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”

Bertolak dari uraian di atas, maka nilai-nilai; Ketuhanan, Kemanusiaan, Persatuan, Keadilan adalah secara objektif melekat pada diri bangsa Indonesia yang merupakan suatu pandangan hidup bangsa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, bilamana bangsa Indonesia sumber nilai, dasar falsafah serta sumber norma kepada nilai-nilai tersebut bukanlah suatu keputusan yang bersifat politik saja melainkan suatu keharusan yang bersumber dari kenyataan hidup bangsa Indonesia sendiri sehingga dengan kata lain perkataan bersumber pada kenyataan objektif pada bangsa Indonesia sendiri (Kaelan, M.S: 2010).

Kemudian untuk menerapkan nilai-nilai Pancasila sebagai nilai dasar bangsa Indonesia, maka berkenaan dengan sistem perekonomian yang berkembang di Indonesia, yakni adanya bisnis waralaba yang merupakan suatu bentuk bisnis perekonomian yang berasal dari luar negeri memiliki bentuk dan ciri khas tertentu. Maka penerapan nilai-nilai Pancasila dalam bisnis waralaba harus tetap ditarapkan dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman, namun nilai-nilai dasar dimaksud (Ketuhanan, Kemanusiaan, Persatuan, Kerakyatan dan Keadilan) tetap diberlakukan. Oleh karena itu, untuk mengatur bisnis waralaba di Indonesia, pemerintah telah membuat suatu regulasi bisnis

waralaba yang akan mengikat semua pelaku usaha waralaba di Indonesia.

### **Regulasi Bisnis Waralaba**

Di dalam Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba ditegaskan, bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki ciri khas tertentu; yaitu suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen mencari ciri khas dimaksud. Misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus bagi pemberi waralaba;
2. Terbukti telah memberikan keuntungan; dengan menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah memiliki kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah dalam perjalanan usahanya, ini terbukti dengan masih bertahan dan perkembangannya usaha dengan menguntungkan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang/jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis; Berarti standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*Standar Operational Procedure*);
4. Mudah dijalankan dan diaplikasikan; sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba;
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan, dan adalah dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi.
6. Hak kekayaan intelektual yang telah didaftar. Adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merk, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang. (Mustafa Kamal Rokan, 2009)

Kemudian Pasal 4 PP. Nomor 24 Tahun 2007, tegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum yang berlaku di Indonesia, maka secara *ex officio* berlaku asas-asas umum perjanjian, sebagaimana dalam Buku Ke III KUHPerdara, dapat menjadi tolak ukur menjadi penilaian keabsahan daripada suatu perjanjian waralaba. Oleh karena Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya



adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor* dan *franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar sejumlah uang berupa *initial fee* dan royalti. (Suharnoko, 2004).

Adapun sifat suatu perjanjian Waralaba (*Franchise*) (*agreement franchise*), sebagai berikut :

1. Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (*legal agreement*)
2. Memberi kemungkinan pewaralaba/*franchisor* tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut.
3. Memberikan kemungkinan pewaralaba/ *franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilinsensikannya.
4. Hak, Kewajiban, dan tugas masing-masing pihak dapat diterima pewaralaba/*franchisee*.
5. Perjanjian ini dibuat dalam Bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Berdasarkan konsep teoritis hak dan kewajiban menurut hukum, maka kewajiban-kewajiban dalam perjanjian waralaba diatur lebih lanjut dalam Pasal 7 sampai dengan Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 meliputi :

1. Kewajiban memberikan prospektur penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran waralaba berupa:
  - a. Data identitas pemberi waralaba;
  - b. Legalitas usaha pemberi waralaba;
  - c. Sejarah kegiatan usaha;
  - d. Struktur organisasi pemberi waralaba;
  - e. Laporan organisasi pemberi waralaba;
  - f. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
  - g. Jumlah tempat usaha;
  - h. Daftar penerima waralaba;
  - i. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
2. Kewajiban memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba yang dilakukan secara berkesinambungan;

3. Berkewajiban mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba;
4. Berkewajiban menjalin kerja sama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba;
5. Berkewajiban mendaftarkan prospektur penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba sebagai penerima waralaba;
6. Berkewajiban mendaftarkan perjanjian waralaba.

Berkenaan dengan beberapa kewajiban pihak pemberi waralaba di atas, selanjutnya Salim (2004) mengemukakan hak *franchisee* berupa menerima lisensi, dan hak-hak lainnya, seperti :

1. Logo merk dagang (trade merk), nama dagang (trade name) dan nama baik/reputasi (*googwill*) yang terkait dengan merk dan nama tersebut;
2. Format/pola usaha, yaitu suatu system usaha yang terekam dalam bentuk buku (manual) yang sebagian isinya dalam bentuk rahasia usaha;
3. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain dan program khusus;
4. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas bisa dalam hal bentuk tertulis dan terlindungi dalam undang-undang hak cipta.

Bahwa hak-hak pemberi waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba kesemuanya akan dituangkan dalam bentuk perjanjian yang akan dipatuhi oleh para pihak yang terikat dalam perjanjian, di samping didaftarkan pada instansi yang berwenang untuk memperoleh kepastian hukum.

### **Penerapan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Bisnis Waralaba**

Sebagaimana diketahui, bahwa Pancasila sebagai pandangan hidup, ideologi, falsafah bangsa Indonesia, sehingga dalam pelaksanaan bisnis waralaba yang berkembang di Indonesia, tidak boleh bertentangan nilai-nilai Pancasila yakni:

**Sila Pertama Ketuhanan Yang Maha Esa**, adalah sila yang menandai relasi vertikal antara manusia dengan Tuhannya. Sila tersebut mengandung makna bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa ber-Tuhan, sesuai dengan amanat yang dianutnya. Bangsa Indonesia melaksanakan perintah agama dan kepercayaan masing-masing dengan tetap memelihara toleransi dan keselarasan dalam kehidupan masyarakat,

berbangsa dan bernegara (Subiakto Tjakrawedaja, dkk 2021). Kemudian Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan (2016) menyebutkan nilai-nilai Ketuhanan (*relegiusitas*) sebagai sumber etika dan spritualitas (yang bersifat *vertical transedental*) dianggap penting sebagai fundamental etika kehidupan bernegara. Negara menurut Pancasila diharapkan dapat melindungi dan mengembangkan kehidupan beragama. Sementara agama diharapkan dapat memainkan peran publik yang berkaitan dengan penguatan etika sosial.

Salah satu perintah agama bagi setiap pemeluknya berupa sifat jujur yang harus ditanamkan pada diri setiap manusia baik dalam ucapan perkataan maupun perbuatan, dalam melakukan pekerjaan berupa bisnis waralaba sepatutnya dilandasi dengan nilai-nilai agama, seperti halnya manusia dilarang berlaku curang atau tidak jujur dalam menjalankan bisnis waralaba, oleh karena itu, sebelum terjalin hubungan bisnis waralaba, maka penerima waralaba perlu mengetahui prospektus waralaba dari pemberi waralaba. Prospektus penawaran waralaba yakni berupa keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba serta Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) pemberi waralaba sebagai ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba, termasuk status pendaftaran HAKI. Sehingga penerima waralaba sebelum membeli waralaba sudah mengentahui bagaimana perkembangan bisnis waralaba dimaksud. Kemudian peran negara dalam hal ini pemerintah kehadirannya sangat dibutuhkan dalam bisnis waralaba untuk mengatur ketertiban dan kepastian dalam perekonomian. Oleh karena itu, setiap perjanjian bisnis waralaba wajib didaftarkan pada instansi berwenang.

**Kedua Sila Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab.** Bahwa nilai-nilai kemanusiaan bersifat universal yang bersumber dari Tuhan semesta alam, hukum alam dan sifat-sifat sosial (bersifat horizontal) hal ini dianggap penting sebagai fundamental etika politik kehidupan bernegara dalam pergaulan dunia. Salah satu butir nilai-nilai Pancasila yang terkandung pada sila kedua berupa penerapan pengakuan persamaan derajat, persamaan hak dan kewajiban asasi setiap manusia, tanpa membeda-bedakan suku, keturunan, agama, kepercayaan, jenis kelamin, kedudukan sosial, warna kulit dan sebagainya. Subiakto Tjakrawedaja, dkk (2021) menyatakan, bahwa keyakinan atas hakikat manusia Indonesia sebagai mahluk individu dan sekaligus mahluk sosial menunjukkan adanya interelasi saling ketergantungan dan interaksi kewajiban alami saling memberi antar manusia

Indonesia. Transformasi dari kewajiban menjadi hak antar manusia Indonesia tersebut mewujudkan keadilan. Keadilan dari sila kedua adalah keadilan antar subyektif yang menunjukkan bahwa ia adalah keadilan integratif. Dalam keadilan integratif inilah terkandung nilai kemanusiaan yang adil dan beradab.

Hal ini dapat dilihat, bahwa pemberi waralaba tidak membedakan orang atau badan hukum (penerima waralaba) yang memenuhi syarat tertentu untuk mengembangkan atau menjalankan bisnis waralaba baik dalam bidang barang maupun jasa, kesemuanya diberikan kesempatan yang seluas-luas untuk mengembangkan bisnis waralaba dimaksud. Di samping ini, nilai-nilai kemanusiaan, tetap ditarapkan dalam pelaksanaan waralaba, karena tetap menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan memperlakukan manusia sesuai dengan harkat dan martabatnya sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena itu dalam pelaksanaan waralaba didahului suatu perjanjian waralaba yang akan mengikat dan menghormati hak asasi manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa. Olehnya itu perlu adanya suatu perlindungan konsumen. Menurut (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo; 2005) menyatakan, bahwa pemberian informasi kepada konsumen ini merupakan pelengkap dari proses produksi. Peringatan yang diberikan kepada konsumen memegang peranan penting dalam kaitannya keamanan suatu produk. Dengan demikian pabrikan (produsen pembuat) wajib menyampaikan peringatan kepada konsumen. Kelalaian menyampaikan peringatan terhadap konsumen dalam hal produk yang bersangkutan memungkinkan timbulnya bahaya tertentu menimbulkan tanggung gugat bagi produsen, karena walaupun secara fisik produk tersebut tidak cacat, namun secara hukum produk tersebut dikategorikan sebagai produk cacat instruksi, karena dapat membahayakan konsumennya. Pembebanan tanggung gugat yang demikian hanya dapat dibebankan kepada produsen manakalah produsen tersebut mempunyai pengetahuan atau dapat mempunyai pengetahuan tentang adanya kecenderungan bahaya produk.

**Sila Ketiga Persatuan Indonesia**, Persatuan Indonesia adalah perwujudan dari faham kebangsaan Indonesia yang dijiwai oleh Ketuhanan Yang Maha Esa serta Kemanusiaan yang adil dan beradab. Karena itu faham kebangsaan Indonesia tidak sempit (*chauvinistis*), tetapi menghargai bangsa lain. Nasionalisme Indonesia mengatasi faham golongan, suku bangsa serta keturunan. (Syahrial Syarbaini : 2009). Sila ketiga yang menempatkan setiap rakyat Indonesia dalam pergaulan sosialnya sebagai kesatuan dalam beragama dan keragaman dalam kesatuan, sebagaimana diungkapkan dalam sesanti “ Bhinneka Tunggal

Ika” Sila yang berlandaskan pahan kekeluargaan inilah yang menjadi landasan berkembangnya jiwa dan semangat dan kuat dari bangsa Indonesia untuk membentuk NKRI yang bersifat kekeluargaan. Sila ini juga mendasari pandangan bahwa dalam NKRI selain ada hak warga negara dan hak komunal. Subiakto Tjakrawedaja, dkk (2021).

Sila Persatuan menegaskan, bahwa rasa cinta terhadap tanah air dan bangsa Indonesia, tidak dilakukan dengan cara menutup diri dan menolak mereka yang dari luar Indonesia, tetapi dengan membangun hubungan timbal balik atas dasar kesamaan kedudukan dan tekad untuk menjalin kerja sama untuk meningkatkan perekonomian untuk menjamin kesejahteraan dan martabat bangsa Indonesia.

Bisnis waralaba yang berkembang di Indonesia, sebagian besar adalah bisnis waralaba dari luar negeri antara lain; *Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald*. Untuk menjalin hubungan antara negara dengan baik, aman dan kondusif, maka keberlakuan regulasi, norma dan budaya hukum disetiap negara perlu dihormati dan dijunjung tinggi.

***Sila Keempat Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan /perwakilan.*** Nilai-nilai Pancasila tercemin berupa menghormati dan menjunjung tinggi setiap keputusan dan rasa tanggung jawab menerima dan melaksanakan hasil keputusan. Kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat. Bahwa bisnis waralaba terjalin, karena adanya hubungan hukum antara Pemberi waralaba dengan Penerima waralaba yang didahului dengan suatu perjanjian. Pada Pasal 1338 KUHPerdara, menetapkan bahwa “segala perjanjian yang dibuat berlaku sebagai undang-undang untuk mereka yang membuat”. Dari bunyi Pasal1338KUHPerdara di atas, tidak lain dari pernyataan, bahwa setiap perjanjian mengikat kedua belah pihak (Pemberi waralaba dan penerima waralaba). Subekti(1980). Bahwa orang leluasa untuk membuat suatu perjanjian apa saja, asal tidak bertentangan dengan kepentingan umum dan kesusilaan serta tidak melanggar aturan hukum yang berlaku, kemudian semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik dan tidak bertentangan dengan kepatutan dan keadilan. Adapun syarat sahnya perjanjian harus terpenuhi :

1. Perizinan yang bebas dari orang yang mengikatkan diri;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Suatu hal tertentu yang diperjanjikan
4. Suatu sebab yang halal.

Bahwa dari keempat syarat sahnya perjanjian di atas, maka point 1 dan 2 disebut syarat subyektif. Soerojo (1992) menyatakan Subjek

hukum adalah manusia atau badan hukum yang mempunyai hak dan kewajiban dalam lalulintas hukum . Jadi subjek hukum dimaksudkan adalah manusia atau badan hukum atau Pemberi waralaba dan penerima waralaba. Sedang point 3 dan 4 disebut syarat objektif., yakni berupa barang atau jasa yang diwaralabakan yang dituangkan dalam perjanjian, untuk dipergunakan dan dimanfaatkan oleh pihak penerima waralaba. Oleh karena itu objek waralaba harus bersifat halal atau tidak ada kebohongan didalamnya. Bahwa apabila syarat subyek tidak terpenuhi, maka perjanjian dimaksud dapat dibatalkan melalui keputusan hakim, sedang apabila syarat obyek tidak terpenuhi, maka perjanjian dimaksud batal demi hukum.

***Sila Kelima Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.***

Keadilan sosial mengandung arti tercapainya keseimbangan antara kehidupan pribadi dan kehidupan masyarakat. Karena kehidupan manusia itu meliputi kehidupan jasmani dan rohani, maka keadilan itupun meliputi keadilan dalam memenuhi tuntutan kehidupan jasmani serta keadilan memenuhi tuntutan kehidupan rohani secara seimbang. (Syahril Syarbaini : 2009). Keseimbangan hidup dan kehidupan di dunia sangat dibutuhkan, karena manusia diciptakan oleh Allah saling berpasangan, oleh karena itu, manusia sebagai mahluk individu dan sekaligus selaku mahluk sosial berkewajiban menjaga keseimbangan dimaksud dalam hidup dan kehidupannya. Kemudian nilai-nilai Pancasila yang tercermin menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban, yakni selaku manusia selaku mahluk sosial, saling membutuhkan satu sama lain dalam menjalani hidup dan kehidupan selaku masyarakat, salah satu sifat manusia selaku mahluk sosial adalah manusia suka memberikan pertolongan kepada orang lain, saling membantu antara satu dengan lainnya.

Sedang kewajiban pemerintah adalah mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, untuk mewujudkan keadilan dimaksud, pemerintah telah memberikan banyak bentuk bantuan, baik berupa subsidi, bantuan tunai, pemberian sembako, bantuan kredit tanpa bunga, pemberian modal usaha kecil dan menengah. dll, guna meningkatkan hidup dan kehidupan rakyat, sehingga dapat berkembang dalam peningkatan ekonomi. Dan tidak menutup kemungkinan masyarakat bisa bekerja sama dengan pemilik modal dalam pengembangan bidang usaha baik barang maupun jasa dalam bentuk waralaba.

Aminuddin Ilmar (2004) dalam bidang usaha jasa pasar swalayan atau supermarket maupun dalam bidang usaha departemen store pengaturan pemerintahan secara tegas menetapkan bahwa

pelaksanaan penanaman modal khususnya penanaman modal asing dalam kedua bidang usaha dilakukan atau dilaksanakan dalam bentuk usaha kerja sama patungan (*joint venture*) dengan modal nasional. Sehingga dengan demikian jelas bahwa bilamana penanam modal asing yang ingin melakukan aplikasinya dalam bidang usaha pasar swalayan maupun usaha departemen store hanya dapat dilakukan dengan bentuk kerja sama dengan modal nasional.

Berikut ini dikemukakan langkah-langkah kunci dalam membeli franchise.

- a. Ketahui posisi Anda. Sebelum memilih salah satu usaha franchise yang akan kita jalankan, sebaiknya memahami secara utuh terlebih dahulu konsep bisnisnya, dan tidak hanya latah mengikuti interest pribadi.
- b. Melakukan penelitian dan investigasi terhadap peluang bisnis franchise dan potensi pasarnya. Hal ini tidak bisa diremehkan, sebab akan memberikan pertimbangan kepada kita dalam memilih sebuah usaha. Salah satu yang bisa dijadikan sumber adalah para franchisee yang sudah lebih dahulu eksis dengan bisnisnya dan juga dokumen keuangan franchisor.
- c. Mendapatkan sumber pembiayaan. Setelah menemukan usaha franchise yang tepat, langkah selanjutnya menyangkut pembiayaan. Banyak opsi yang bisa dipilih oleh calon franchisee untuk mendapatkan modal pembiayaan usahanya seperti pinjaman dari bank konvensional atau pinjaman-pinjaman dari sumber lainnya yang menawarkan kredit usaha waralaba atau dari rekan dan famili.
- d. Membangun dan melengkapi toko. Untuk usaha franchise yang membutuhkan bangunan toko, investor bisa saja harus membangunnya dari awal dan melengkapinya dengan berbagai perlengkapan dan dekorasi yang indah. Ketika mendesain toko, franchisee harus bisa memperkirakan secara tepat berapa lama proses itu berjalan sehingga sejak awal sudah bisa melakukan promosi jadual pembukaan toko.
- e. Mengikuti training. Dalam menjalankan sebuah bisnis, franchisee membutuhkan training dan panduan operasional agar bisnis bisa berjalan seperti yang diharapkan. Beberapa training biasanya telah disediakan oleh franchisor. Bekerjalah sebagai satu tim dengan para karyawan dan tumbuhkan semangat "ikut memiliki" dari para karyawan sehingga mereka ikut bertanggungjawab untuk mensukseskan bisnis ini (*www.plasawaralaba.com, Pebruari 2011*).

## **Keunggulan Dan Kelemahan Bisnis Waralaba**

Menurut Juajir Sumardi (1995) waralaba mempunyai keunggulan dan kelemahan sebagai berikut:

### 1. Keunggulan Waralaba

#### a. Pemberi waralaba, antara lain:

- 1) Sistem usaha dapat berkembang cepat dengan menggunakan modal dan motivasi penerima waralaba.
- 2) Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan, karena nama dan citra pemberi waralaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba.
- 3) Modal yang dibutuhkan untuk memperluas usaha relatif lebih kecil, karena sebagian besar biaya mendirikan unit usaha baru dipikul oleh penerima waralaba.
- 4) Unit usaha yang dikelola oleh pemiliknya sendiri jelas akan memberikan motivasi yang kuat untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.
- 5) Pemberi waralaba tidak banyak membutuhkan tenaga atau karyawan, kantor pusatnya menggunakan struktur organisasi yang lebih ramping. Penggunaan struktur organisasi yang demikian, mempunyai banyak manfaat dalam bisnis waralaba.
- 6) Daya beli kelompok usaha secara keseluruhan dapat meningkat setiap kali dibuka suatu unit usaha bisnis waralaba yang baru.
- 7) Kehadiran kelompok usaha dalam pasar semakin terasa, dan setiap kali dibuka unit usaha waralaba yang baru ternyata banyak dana yang dapat dihemat, karena promosi dan peklaman dapat dilakukan sebagai satu kelompok.
- 8) Hasil belum dapat terlihat pada satu atau dua tahun pertama karena pengeluaran (kost) masih lebih diutamakan, namun demikian pada tahun ketiga dan tahun-tahun berikutnya merupakan tahap pengembalian investasi yang jumlahnya relatif cukup tinggi.

#### b. Penerima waralaba, antara lain :

- 1) Kemungkinan keberhasilan lebih besar dibanding jika memulai suatu usaha baru dengan tenaga sendiri, serta nama dan merek dagang sendiri yang sama sekali baru dan belum dikenal oleh konsumen atau pasar.
- 2) Sebagai pemilik unit usaha dapat lebih bebas berkarya dalam lingkungan usaha yang telah ditata secara rapih sesuai konsep pemberi waralaba.



- 3) Memiliki kemudahan-kemudahan dalam membeli dan mengadakan kebutuhan persediaan usaha sebagai anggota dari kelompokwaralaba yang cukup besar dan terkenal.
- 4) Dapat menggunakan dan memanfaatkan suatu produk baru yang sementara dan akan dikembangkan oleh pemberi waralaba.
- 5) Berkesempatan memanfaatkan pembinaan pelayanan berupa petunjuk teknis dibidang pengelolaan keuangan dan manajemen usaha dari pemberi waralaba, serta berkesempatan memperoleh bantuan dalam ranka pengambilan keputusan.
- 6) Berkesempatan memanfaatkan dan menggunakan saran periklanan yang telah memiliki mutu produk yang cukup tinggi dari pemberi waralaba.
- 7) Berkesempatan dan berpeluang menikmati reputasi, kekuatan dan keharuman nama dagang atau merek dari pemberi waralaba.
- 8) Berkesempatan memanfaatkan paket-paket keuangan yang memungkinkan disediakan oleh pemberi waralaba dengan mempergunakan sistem perbankan.
- 9) Berpeluang memperoleh dan menikmati pelatihan-pelatihan yang diperlukan dalam rangka pengembangan usaha dari pihak pemberi waralaba.
- 10) Dapat bekerja dengan mempergunakan sistem yang sudah mantap dan teruji, prosedur dan pedoman operasional yang sudah memenuhi standar sehingga tidak perlu bersusah payah menciptakan suatu bentuk strategi pemasaran baru atau pun sistem manajemen baru yang sama sekali belum teruji kehandalannya dalam praktek perdagangan barang dan/atau jasa.

## 2. Kelemahan waralaba :

### a. Pihak pemberi waralaba, antara lain:

- 1) Tidak dapat mendikte penerima waralaba apabila ingin mengadakan perubahan, melainkan berkewajiban memberikan motivasi agar bersedia menerima secara ikhlas perubahan-perubahan yang di lakukan oleh pemberi waralaba.
- 2) Harapan-harapan penerima waralaba sering terlaalu mengada-ada dan senantiasa menginginkan percepatan mendapatkan keuntungan yang besar sehingga pemberi waralaba harus berusaha keras guna menurunkan harapan dan angan-angan penerima waralaba.
- 3) Tidak dapat mengadakan perubahan dengan cepat terutama yang bersangkutan paut dengan penambahan pembiayaan karena

- biasanya suatu perubahan harus melalui musyawarah dan mufakat dengan pihak penerima waralaba.
- 4) Jika penerima waralaba yang dimiliki tidak tepat dan beritikad buruk, dengan sendirinya dapat menghancurkan reputasi yang selama ini telah dibina dan dipertahankan oleh pemberi waralaba.
  - 5) Sistem waralaba merupakan suatu perikatan yang berjangka waktu panjang, sehingga pemberi waralaba tidak serta merta dapat mengakhiri secara sepihak perjanjian waralaba dan tanpa alasan yang sah menurut hukum.
- b. Pihak penerima waralaba, antara lain:
- 1) Adanya keterikatan atau korelasi antara pihak pemberi waralaba dengan jenis produk yang dapat ditawarkan oleh penerima waralaba, fenomena-fenomena yang demikian biasanya terbatas dan sangat tergantung pada prestasi dari pihak pemberi waralaba.
  - 2) Biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat menjadi seorang penerima waralaba jumlahnya tidak sedikit, karena ada kewajiban untuk membayar uang pangkal dan royalti sehingga dapat menimbulkan hutang yang harus dibayar oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba.
  - 3) Penerima waralaba sebagai bagian integral dari suatu lingkungan usaha dagang tertentu, sehingga tidak bebas lagi menjalankan usaha dan harus senantiasa mentaati serta mematuhi segala klausula yang telah disepakati dalam perjanjian waralaba dengan pihak pemberi waralaba.
  - 4) Penerima waralaba kadang-kadang diwajibkan untuk sedapat mungkin mencapai suatu tingkat prestasi tertentu, misalnya penjualan tertentu yang biasanya cukup tinggi.

Bahwa keunggulan dan kelemahan bisnis waralaba merupakan suatu hal yang lazim terjadi dalam dunia bisnis waralaba, oleh karena itu, dengan adanya kelemahan bisnis waralaba yang ditemukan memerlukan suatu perbaikan ke depan sedang kelebihan atau keunggulan yang diperoleh perlu dijaga dan dipertahankan, demi kemajuan dan kelangsungan bisnis waralaba dalam mengejar keuntungan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Pancasila dan UUD 1945 merupakan landasan, fondasi lahirnya Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba.

2. Pelaksanaan bisnis waralaba harus bersesuaian dengan nilai-nilai Pancasila yakni berketuhanan, berkemanusiaan, persatuan, berkerakyatan dan berkeadilan sosial.
3. Penerima waralaba sebelum melakukan perjanjian waralaba, maka terlebih dahulu membaca dan meneliti prospektur waralaba, sehingga mereka mendapat gambaran perkembangan dan/atau sejarah perjalanan dan perkembangan bisnis waralaba dimaksud.
4. Hubungan antara Pemberi waralaba dengan penerima waralaba diikat dengan perjanjian, berlaku sebagai undang-undang bagi pihak membuat, sehingga keduanya harus patuh dan taat terhadap apa yang telah diperjanjian.
5. Untuk memperoleh perlindungan dan kepastian, maka penerima waralaba dan pemberi waralaba berkewajiban mendaftarkan bisnis waralaba pada instansi yang berwenang.

### **Saran**

1. Pemerintah perlu memperbaharui regulasi tentang bisnis waralaba yang semakin berkembang dengan menyesuaikan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini.
2. Sebaiknya sebelum melakukan menanamkan modal pada bisnis waralaba, seyogyanya calon penerima waralaba membekali dirinya dengan ilmu pengetahuan berkenaan dengan bisnis waralaba dimaksud.
3. Calon penerima waralaba perlu memperoleh informasi tentang bisnis waralaba yang akan dikembangkan, termasuk memperoleh informasi dari pelaku bisnis waralaba dan bila peroleh dapat berkonsultasi dengan konsultan hukum bisnis waralaba.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, RajaGrafindo Persada.
- Aminuddin Ilmar, 2004, Hukum Penanaman Modal Di Indonesia, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Juajir Sumardi, 1995, Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise; Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional. Bandung, Citra Aditya Bakti
- Kaelan, M.S, 2010, Pendidikan Pancasila, Paradigma, Yogyakarta.
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja: 2002, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian, Jakarta, Raja Grafindo Pustaka.
- Mustafa Kamal Rokan, 2009, Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia) Jakarta, Graha Grafindo.
- Saifuddin Azwar, 2005, Metode Penelitian, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Salim, H.S, 2004, Perkembangan Hukum Kontrak Innominal di Indonesia, Jakarta, Sinar Grafika.
- Syahrial Syarbaini, 2009, Implementasi Pancasila Melalui Pendidikan Kewarganegaraan, Jakarta, Graha Ilmu
- Subenkti, 1980, Pokok-Pokok Hukum Perdata, Jakarta, Intermedia
- Sudarmiatin, 2011, Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Disampaikan dalam Sidang Terbuka Senat Universitas Negeri Malang.
- Sri Redjeki Slamet, April 2011 Jurnalica Volume 8 Nomor 2, WARALABA (FRANCHISE) DI INDONESIA ..
- Soeroso, 1992, Perbandingan Hukum Perdata, Bandung, Sinar Grafika.
- [www.plasawaralaba.com](http://www.plasawaralaba.com), Pebruari 2011*