



Pertumbuhan Waralaba di Indonesia di Nilai dari Aspek Hukum Waralaba

Chrisylla Tanichi¹, Graciela Koyansow², Harsya Ahmad Riza³

¹Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia, 01051240139@student.uph.edu

²Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia, 01051240177@student.uph.edu

³Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia, 01051240162@student.uph.edu

Corresponding Author: 01051240139@student.uph.edu¹

Abstract: The franchise industry in Indonesia has experienced substantial development in recent years and has become one of the key drivers of economic growth, particularly for small and medium enterprises. Franchising offers new entrepreneurs access to established operational systems, management structures, and brand identity, providing a practical pathway to enter the market. However, this growth is accompanied by legal challenges in franchise agreements between franchisors and franchisees, including imbalanced bargaining positions, unclear obligations and rights, and the risk of unfair contractual clauses. Recent data indicates a continuous increase in both domestic and foreign franchises, with the food and beverage sector dominating and geographic concentration primarily located on the island of Java. These conditions highlight the urgency of examining legal certainty, contractual fairness, and stronger regulatory frameworks to ensure sustainable business practices and employment opportunities in Indonesia's franchise ecosystem.

Keywords: Franchise, Economic Growth, Commercial Law, Indonesia

Abstrak: Industri waralaba di Indonesia menunjukkan perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Waralaba memberikan peluang bagi pelaku usaha baru melalui sistem yang telah teruji, termasuk standar operasional, manajemen, dan identitas merek yang mapan. Meskipun demikian, perkembangan ini juga diikuti oleh sejumlah tantangan hukum dalam pelaksanaan perjanjian antara franchisor dan franchisee, terutama terkait ketidakseimbangan posisi tawar, ketidakjelasan hak dan kewajiban, serta potensi klausul yang merugikan salah satu pihak. Data terkini menunjukkan pertumbuhan waralaba dalam negeri dan asing yang terus meningkat, dengan fokus utama pada sektor makanan dan minuman serta penyebaran yang masih terkonsentrasi di wilayah Jawa. Fenomena tersebut menegaskan pentingnya kajian mengenai kepastian hukum, perlindungan para pihak dalam perjanjian waralaba, dan penguatan regulasi guna menjamin keberlanjutan usaha serta perluasan lapangan kerja di Indonesia.

Kata Kunci: Waralaba, Pertumbuhan ekonomi, Hukum Dagang, Indonesia

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Waralaba atau franchise adalah salah satu bentuk usaha yang mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia belakangan waktu ini. Model bisnis seperti ini memungkinkan para pelaku usaha untuk memperluas jangkauan merek dan produk mereka melalui kerjasama dengan pihak lain. Model bisnis ini merupakan hal yang baik untuk pembisnis baru yang ingin mempunyai usaha namun tidak mau menginovasi, karena sebuah waralaba sudah mempunyai standar sistem manajemen, operasional, serta identitas merek yang telah teruji keberhasilannya.

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, industri waralaba di Indonesia pada tahun 2024 mencatat omzet sebesar Rp143,25 triliun dan menyerap tenaga kerja sebanyak 97.872 orang. Hingga Februari 2025, tercatat 311 pemberi waralaba yang telah memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), terdiri atas 157 waralaba dalam negeri dan 154 waralaba luar negeri.²

Namun demikian, perkembangan tersebut tidak terlepas dari tantangan di bidang hukum, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian antara franchisor (pemberi waralaba) dan franchisee (penerima waralaba). Dalam praktiknya, sering muncul persoalan seperti ketidakseimbangan posisi tawar, klausul perjanjian yang merugikan salah satu pihak, hingga ketidakjelasan mengenai hak dan kewajiban para pihak. Kondisi ini menegaskan pentingnya pengkajian terhadap aspek hukum perjanjian waralaba, mengingat perjanjian merupakan instrumen utama yang menjamin kepastian hukum, keadilan kontraktual, serta keberlanjutan usaha waralaba di Indonesia.

Dalam tiga tahun terakhir, sektor waralaba di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Menurut data berdasarkan Portal Informasi Indonesia, mencatat bahwa potensi bisnis waralaba di Indonesia tetap menjanjikan. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan (Kemendag), sektor ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Pertumbuhan waralaba domestik meningkat sekitar 5% dibandingkan tahun sebelumnya. Hingga 6 Mei 2024, tercatat 145 Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk pemberi waralaba dalam negeri, sedangkan pemberi waralaba asing tercatat sebanyak 141 STPW.

Hal ini membuktikan bahwa semakin terbukanya peluang usaha pasca - pandemi. Persebaran usaha waralaba di Indonesia masih terfokus pada Pulau Jawa, dengan Jakarta sebagai pusat paling dominan, lalu Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, dan Jawa Barat. Dari segi sektor, mayoritas waralaba bergerak di bidang makanan dan minuman (FnB) sebesar 47,92%. Posisi berikutnya ditempati ritel (15,28%), jasa pendidikan nonformal (10,42%), jasa kecantikan dan kesehatan (10,42%), serta laundry (6,25%).

Sisanya mencakup berbagai layanan seperti biro perjalanan, perdagangan properti, perhotelan, karaoke, otomotif, dan servis/perbaikan elektronik. Fenomena ini memperlihatkan bahwa waralaba telah menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM), sekaligus memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Tren pasar juga menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih brand yang sudah dikenal dan memiliki standar kualitas terjamin.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah;

1. Bagaimana pertumbuhan waralaba di Indonesia ditinjau dari aspek Hukum Perjanjian
2. Bagaimana pertumbuhan waralaba di indonesia dari tahun 3 tahun terakhir?
3. Sejauh mana peraturan hukum di Indonesia menjangkau para pihak di dalam perjanjian waralaba
4. Bagaimana implementasi hukum perjanjian dalam memberikan perlindungan hukum bagi para pihak waralaba?

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pertumbuhan waralaba di Indonesia dalam perspektif hukum perjanjian
2. Menilai efektivitas regulasi yang mengatur perjanjian waralaba dalam memberikan kepastian dalam perlindungan hukum
3. Mengidentifikasi implikasi hukum yang timbul dari pelaksanaan perjanjian waralaba bagi pemberi waralaba maupun penerima waralaba.

Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: memperkaya literatur daalm bidang hukum bisnis khususnya terkait perjanjian waralaba
2. Manfaat Praktis: yaitu menjadi refrensi bagi pelaku usaha waralaba dalam menyusun perjanjian yang adil dan seimbang, serta bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan hukum yang lebih responsif terhadap dinamika usaha waralaba di Indonesia.

Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori

Perkembangan waralaba (franchise) di Indonesia tidak terlepas dari pengaturan hukum yang melandasi hubungan antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Dalam hukum perdata, dasar hukum perjanjian waralaba berakar pada Pasal 1313 KUH Perdata mengenai definisi perjanjian, serta asas-asas umum kontrak seperti kebebasan berkontrak (Pasal 1338 KUH Perdata) dan konsensualisme. Asas kebebasan berkontrak memberikan ruang bagi para pihak untuk menyusun klausula waralaba sesuai kebutuhan bisnis, selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Secara khusus, pemerintah Indonesia mengatur waralaba melalui Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang mewajibkan perjanjian waralaba dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia dan memuat klausul-klausul minimal, seperti hak dan kewajiban para pihak, wilayah usaha, jangka waktu, serta penyelesaian sengketa. Peraturan ini diperkuat dengan peraturan teknis dari Kementerian Perdagangan, yang mewajibkan pendaftaran perjanjian waralaba untuk memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha.

Literatur hukum bisnis menekankan bahwa perjanjian waralaba bersifat innominate contract (perjanjian tidak bernama) karena tidak diatur secara khusus dalam KUH Perdata, tetapi diakui keberlakuannya berdasarkan asas kebebasan berkontrak.

Menurut Munir Fuady, kontrak waralaba adalah bentuk kontrak modern yang kompleks karena mengandung unsur lisensi, distribusi, dan kerjasama berkelanjutan antara para pihak. Oleh karena itu, pertumbuhan waralaba di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kualitas penyusunan perjanjian yang seimbang, perlindungan terhadap penerima waralaba, serta penegakan hukum kontrak dalam praktik bisnis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif yang berfokus pada analisis terhadap aturan positif dan prinsip - prinsip hukum mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi berbasis elektronik. Pendekatan yang digunakan mencakup pendekatan peraturan perundang - undangan serta pendekatan konseptual, dengan tujuan menelaah baik teks hukum maupun asas yang melandasi pembentukan norma tersebut. Bahan hukum yang dipakai meliputi bahan utama, yaitu peraturan perundang - undangan terkait. Bahan sekunder yang berupa literatur, hasil kajian akademik, dan tulisan pakar, serta bahan tersier, seperti ensiklopedia hukum. Data dihimpun melalui studi pustaka, lalu diolah menggunakan metode analisis kualitatif dengan sifat deskriptif - analitis, yakni menguraikan aturan yang ada,

meninjau penerapannya, serta mengevaluasi tingkat perlindungan yang diberikan kepada konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Waralaba Indonesia

Hukum Waralaba Indonesia

Pengaturan mengenai waralaba di Indonesia tidak diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, namun Pasal 1 angka 14 memberikan pengertian sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sedangkan bisnis dari waralaba dapat dipahami sebagai kontrak bisnis antara franchisor (pemilik lisensi bisnis atau pemberi waralaba) dan franchisee (pembeli lisensi atau penerima waralaba), yang direalisasikan dalam bentuk pembukaan cabang baru, dengan status kepemilikan bisnis oleh pihak franchisee sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama.

Waralaba sendiri sebenarnya di atur dalam beberapa peraturan. Seperti PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba di dukung dengan UU KUHPer pasal 1320 tentang perjanjian, Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) no. 71 tahun 2019 tentang penyelenggaraan waralaba dan Permendag Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba sebagaimana telah diubah dengan Permendag Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014, serta Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Permendag No. 71 Tahun 2019 merupakan regulasi utama yang mengatur pelaksanaan waralaba di Indonesia. Peraturan ini dapat disebut sebagai pengganti peraturan sebelumnya dan menetapkan kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyusun serta mendaftarkan prospektus dan perjanjian waralaba secara tertulis kepada Kementerian Perdagangan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Perjanjian waralaba tersebut juga harus memuat identitas para pihak, hak dan kewajiban masing-masing, serta syarat-syarat lain yang disepakati, sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (2) Permendag No. 71 Tahun 2019. Regulasi ini bertujuan memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba, baik pemberi maupun penerima waralaba. Selain itu, peraturan ini mendorong pelaku usaha untuk menggunakan bahan baku lokal dan menjaga standar kualitas dalam operasional waralaba, sehingga dapat mendukung pengembangan industri dalam negeri dan menciptakan lapangan kerja secara berkelanjutan.

Regulasi Permendag No. 71 Tahun 2019 ini ternyata telah berusaha menyesuaikan praktik bisnis waralaba dengan dinamika usaha modern. Pendaftaran prospektus dan perjanjian melalui sistem Online Single Submission (OSS) memberikan kemudahan administrasi dan transparansi. Meski demikian, terkadang sering kita lihat bahwa pelaksanaan di lapangan masih menghadapi tantangan, misalnya keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap sistem digital dan pengawasan implementasi penggunaan bahan baku lokal. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi sudah relevan dengan praktik bisnis modern, namun efektivitasnya sangat bergantung menetapkan syarat sahnya perjanjian, serta Pasal 1338 KUHPdata yang menentukan ketentuan yang mengikat dan dapat diterapkan dalam perjanjian waralaba. Jika syarat-syarat tersebut tidak dipenuhi, perjanjian dapat dianggap batal demi hukum. Oleh karena itu, penting bagi para pihak memahami ketentuan hukum yang berlaku agar perjanjian waralaba efektif dalam melindungi hak-hak mereka.

Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Para Pihak dalam Waralaba

Pengaturan mengenai waralaba di Indonesia tidak diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, namun Pasal 1 angka 14 memberikan pengertian sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sedangkan bisnis dari waralaba dapat dipahami sebagai kontrak bisnis antara franchisor (pemilik lisensi bisnis atau pemberi waralaba) dan franchisee (pembeli lisensi atau penerima waralaba), yang direalisasikan dalam bentuk pembukaan cabang baru, dengan status kepemilikan bisnis oleh pihak franchisee sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama.

Waralaba sendiri sebenarnya diatur dalam beberapa peraturan. Seperti PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba didukung dengan KUHPer pasal 1320 tentang syarat sah perjanjian, Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Permendag Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 sebagaimana telah diubah dengan Permendag Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014, serta Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Permendag No. 71 Tahun 2019 merupakan regulasi utama yang mengatur pelaksanaan waralaba di Indonesia. Peraturan ini dapat disebut sebagai pengganti peraturan sebelumnya dan menetapkan kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyusun serta mendaftarkan prospektus dan perjanjian waralaba secara tertulis kepada Kementerian Perdagangan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Perjanjian waralaba tersebut juga harus memuat identitas para pihak, hak dan kewajiban masing-masing, serta syarat-syarat lain yang disepakati, sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (2) Permendag No. 71 Tahun 2019. Regulasi ini bertujuan memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba, baik pemberi maupun penerima waralaba. Selain itu, peraturan ini mendorong pelaku usaha untuk menggunakan bahan baku lokal dan menjaga standar kualitas dalam operasional waralaba, sehingga dapat mendukung pengembangan industri dalam negeri dan menciptakan lapangan kerja secara berkelanjutan.

Regulasi Permendag No. 71 Tahun 2019 ini telah berusaha menyesuaikan praktik bisnis waralaba dengan dinamika usaha modern. Pendaftaran prospektus dan perjanjian melalui OSS memberikan kemudahan administrasi dan transparansi. Meski demikian, pelaksanaan di lapangan sering menghadapi tantangan, misalnya keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap sistem digital dan pengawasan penggunaan bahan baku lokal. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi sudah relevan, namun efektivitasnya sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi dan konsistensi pengawasan.

Dengan adanya Permendag No. 71 Tahun 2019, regulasi ini berfungsi memberikan kepastian hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba juga harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdota.

Prospek Penguatan Hukum Perjanjian Waralaba

Prospek penguatan hukum perjanjian waralaba di Indonesia sangat berkaitan dengan agenda modernisasi hukum dagang yang semakin menuntut fleksibilitas, kepastian hukum, dan responsivitas terhadap perkembangan ekonomi digital. Ke depan, salah satu langkah strategis yang perlu dilakukan adalah melakukan revisi terhadap Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, karena peraturan tersebut disusun pada konteks ekonomi sebelum berkembangnya platform digital, model bisnis hybrid, serta ekspansi waralaba lintas negara yang semakin masif. Revisi ini diperlukan agar pengaturan waralaba mampu

mengakomodasi isu baru, seperti digital franchise management, online compliance monitoring, serta sistem pengawasan kualitas yang terintegrasi secara digital antara franchisor dan franchisee di berbagai wilayah.

Selain revisi regulasi, penguatan hukum juga dapat dilakukan melalui pengembangan sistem pendaftaran elektronik waralaba (e-registry) yang lebih komprehensif dan real time. Sistem ini tidak hanya sebagai sarana pendaftaran prospektus dan perjanjian melalui OSS, tetapi juga berpotensi menjadi basis data nasional yang memuat rekam jejak franchisor, status kepatuhan, standar operasional, serta riwayat penyelesaian sengketa. E-registry yang terintegrasi akan meningkatkan transparansi, mempermudah proses due diligence bagi calon franchisee, dan memperkuat perlindungan hukum dengan menyediakan data yang akurat dan dapat diakses publik secara terbatas.

Penguatan hukum juga dapat diwujudkan melalui kolaborasi antarlembaga. Pemerintah, melalui Kementerian Perdagangan, dapat memperluas kerja sama strategis dengan KADIN dan WALI (Waralaba & Lisensi Indonesia) dalam mengembangkan program seperti “Ekspor Waralaba Indonesia”. Program ini menjadi instrumen kebijakan yang mendorong ekspansi waralaba nasional ke pasar luar negeri melalui peningkatan standarisasi, sertifikasi kualitas, dan kepatuhan hukum di tingkat domestik. Dengan demikian, penguatan hukum tidak hanya berfokus pada regulasi administratif, tetapi juga diarahkan untuk membangun daya saing waralaba Indonesia di pasar internasional.

Dari perspektif normatif, sinkronisasi antara regulasi waralaba dengan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjadi sangat penting. Sinkronisasi ini diperlukan untuk mencegah terjadinya klausul anti-persaingan dalam perjanjian waralaba, seperti eksklusivitas yang berlebihan atau pembatasan pasokan yang dapat merugikan franchisee. Selain itu, integrasi dengan hukum perlindungan konsumen memastikan bahwa penerapan standar kualitas, pelayanan, dan keamanan produk yang menjadi ciri khas waralaba tetap terjaga secara konsisten di seluruh unit.

Secara keseluruhan, prospek penguatan hukum perjanjian waralaba di Indonesia diarahkan untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang adil, efisien, dan modern. Dengan memperkuat regulasi, mengoptimalkan transparansi digital, meningkatkan pengawasan, dan menyelaraskan peraturan lintas sektor, Indonesia berpotensi memperluas pertumbuhan industri waralaba sekaligus memperkuat posisinya dalam sistem perdagangan internasional berbasis waralaba.

Tantangan dan Pertumbuhan Hukum dalam Pertumbuhan Waralaba di Indonesia **Permasalahan dalam Pelaksanaan Hukum Waralaba di Indonesia**

Pelaksanaan hukum waralaba di Indonesia masih menghadapi sejumlah kendala dari perspektif hukum dagang. Salah satu masalah utama adalah kurangnya pengawasan pemerintah terhadap kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban administratif, seperti pendaftaran perjanjian dan pemenuhan SNI. Banyak usaha waralaba beroperasi tanpa memenuhi standar hukum yang ditetapkan, terutama di sektor ritel dan makanan-minuman, yang menyebabkan potensi kerugian bagi konsumen dan ketidakseimbangan dalam hubungan dagang. Selain itu, ketidakharmonisan antarregulasi misalnya antara Permendag, UU Perdagangan, dan ketentuan daerah menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha baru.

Masalah lain adalah kecenderungan konsentrasi pasar oleh franchisor besar yang memiliki kekuatan ekonomi dominan, berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha sehat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam konteks hukum dagang modern, kondisi ini dapat menghambat pemerataan ekonomi dan melemahkan daya saing usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, penerapan hukum waralaba perlu diarahkan

untuk menciptakan keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha kecil sebagai bagian dari sistem perdagangan nasional.

Hambatan dan Risiko dalam Bisnis Waralaba

Meskipun bisnis waralaba menawarkan berbagai keuntungan, ada beberapa tantangan yang harus diperhatikan. Salah satunya adalah ketergantungan franchisee terhadap performa franchisor serta konsistensi merek. Jika franchisor menghadapi masalah atau reputasinya menurun, hal ini dapat memberikan dampak negatif bagi operasional bisnis franchisee. Selain ketergantungan franchisee terhadap performa franchisor dan konsistensi merek, pelaku usaha sering menghadapi berbagai tantangan lain yang dapat memengaruhi kelancaran bisnis.

Faktor berikutnya yang dapat menjadi sumber masalah yaitu kurangnya pemahaman terhadap klausul kontrak. Banyak franchisee menandatangani perjanjian tanpa menelaah secara menyeluruh hak, kewajiban, serta tanggung jawab yang tercantum sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman dalam pelaksanaan operasional sehari-hari. Hal ini dapat berdampak pada efektivitas kerja sama dan menimbulkan risiko hukum yang tidak diinginkan. Selain itu, sengketa antara franchisor dan franchisee kerap muncul akibat perbedaan interpretasi terhadap ketentuan kontrak, mulai dari pembagian keuntungan, kewajiban operasional, hingga penggunaan merek dan promosi. Konflik semacam inilah yang dapat mengganggu hubungan bisnis, menimbulkan kerugian finansial, serta berdampak negatif pada reputasi kedua belah pihak dan pada akhirnya penyelesaian sengketa yang baik melalui komunikasi serta mekanisme yang jelas sangat diperlukan untuk mendamaikan kedua belah pihak yang bersangkutan.

Kendala Utama dalam Menjalankan Bisnis Waralaba

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah ketidakpatuhan terhadap standar operasional yang telah ditetapkan oleh franchisor. Franchisee yang tidak dapat mematuhi prosedur atau modifikasi produk dan layanan yang tidak sesuai dapat menurunkan kualitas, mengurangi kepercayaan konsumen, dan juga merusak citra merek. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh franchisor, tetapi juga franchisee itu sendiri karena reputasinya yang buruk dapat menurunkan penjualan dan menghambat peluang ekspansi. Maka dari itu, pemahaman yang baik terhadap perjanjian dan disiplin dalam menjalankan standar operasional menjadi kunci utama untuk meminimalkan risiko konflik dan menjaga kelangsungan bisnis waralaba secara efektif.

Selain faktor-faktor di atas, tantangan lain yang sering muncul dalam bisnis waralaba adalah keterbatasan inovasi dari pihak franchisee. Karena semua sistem dan standar telah ditentukan oleh franchisor, ruang gerak franchisee untuk berkreasi sering kali terbatas. Padahal, dalam dunia bisnis yang dinamis, kemampuan berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing. Ketika franchisee tidak memiliki keleluasaan untuk melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan lokal atau perubahan perilaku konsumen, hal ini dapat membuat bisnis menjadi stagnan dan sulit berkembang. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kepatuhan terhadap standar franchisor dan kemampuan adaptasi terhadap pasar agar bisnis tetap relevan dan kompetitif.

Selanjutnya, aspek finansial juga menjadi tantangan yang signifikan. Biaya awal untuk membeli hak waralaba, royalti, serta kewajiban pembayaran rutin kepada franchisor dapat menjadi beban berat, terutama bagi pengusaha pemula dengan modal terbatas. Jika pendapatan tidak sesuai dengan target atau terjadi penurunan permintaan, franchisee bisa mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial tersebut. Untuk mengatasi hal ini, calon franchisee perlu melakukan analisis kelayakan bisnis secara mendalam sebelum memulai, termasuk memperhitungkan potensi keuntungan, biaya operasional, serta strategi keberlanjutan dalam jangka panjang. Dengan perencanaan yang matang dan komunikasi yang

baik antara franchisor dan franchisee, tantangan-tantangan ini dapat diminimalkan sehingga hubungan bisnis dapat berjalan secara harmonis dan saling menguntungkan.

Faktor Pendukung Pertumbuhan Waralaba di Indonesia Ditinjau Dari Segi Hukum

Pertumbuhan waralaba juga tidak dapat dilepaskan dari faktor pendorong eksternal. Urbanisasi yang pesat mendorong peningkatan konsumsi di wilayah perkotaan, sehingga menciptakan pasar yang potensial bagi berbagai merek waralaba. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis dan cenderung memilih produk atau jasa dengan standar kualitas seragam juga memperkuat posisi waralaba. Digitalisasi pun menjadi faktor penting dalam mendukung ekspansi karena mempermudah promosi, distribusi, maupun pengelolaan operasional melalui aplikasi berbasis teknologi. Transformasi digital merupakan salah satu aspek strategis dalam mendukung keberlanjutan perusahaan, termasuk model bisnis waralaba.

Peran pemerintah menjadi faktor kunci dalam menjaga iklim usaha waralaba tetap sehat dan kompetitif. Regulasi terbaru seperti Permendag No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba memberikan kerangka hukum yang lebih jelas bagi pelaku usaha. Kebijakan ini bertujuan agar hubungan antara franchisor dan franchisee berlangsung seimbang serta mencegah adanya praktik bisnis yang merugikan salah satu pihak. Selain itu, pemerintah juga mendorong program pelatihan kewirausahaan dan fasilitasi pendaftaran waralaba melalui sistem yang lebih transparan. Dukungan regulasi yang efektif dan konsisten merupakan prasyarat penting bagi tumbuhnya bisnis waralaba di Indonesia, karena dapat menciptakan kepastian hukum serta meningkatkan kepercayaan investor.

Selain dukungan regulasi dan perkembangan teknologi, kesadaran hukum para pelaku usaha juga sangat berperan penting dalam memperkuat pertumbuhan waralaba di Indonesia. Pemahaman yang baik terhadap hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta kesadaran untuk mematuhi perjanjian waralaba sesuai ketentuan hukum yang berlaku, dapat membantu mencegah terjadinya konflik bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa literasi hukum di kalangan pelaku usaha menjadi modal utama dalam menciptakan kemitraan yang sehat dan berkelanjutan antara franchisor dan franchisee. Dengan adanya kesadaran hukum yang tinggi, praktik-praktik bisnis yang merugikan dapat diminimalisasi, sehingga kepercayaan publik terhadap sistem waralaba semakin meningkat.

Hal lainnya yang dapat kita lihat, yaitu dukungan lembaga keuangan dan perbankan juga menjadi faktor penting dalam menunjang ekspansi waralaba di Indonesia. Akses terhadap pembiayaan modal usaha, baik melalui kredit perbankan maupun skema pembiayaan mikro, memberikan peluang bagi pelaku usaha baru untuk bergabung dalam sistem waralaba tanpa harus menghadapi hambatan modal yang signifikan. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan asosiasi waralaba nasional turut memperkuat ekosistem bisnis yang kondusif bagi pertumbuhan sektor ini. Dengan adanya sinergi antara aspek hukum, dukungan finansial, serta kemajuan teknologi, industri waralaba di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian nasional.

Keterbatasan Pengawasan Pemerintah Mengenai Waralaba di Indonesia

Keterbatasan pengawasan oleh pemerintah, baik dari pusat maupun daerah, dapat menjadi tantangan yang signifikan dalam memastikan kepatuhan bagi yang menjalankan usaha waralaba di Indonesia. Isu ini juga terlihat jelas pada minimnya pencatatan dan pengawasan perjanjian waralaba. Seringkali, waralaba beroperasi tanpa mendaftarkan Prospektus Penawaran Waralaba dan/atau mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dari Kementerian Perdagangan. Kondisi ini, yang marak terjadi terutama pada waralaba skala kecil, secara yuridis mereduksi hak dan perlindungan hukum bagi Penerima Waralaba (franchisee), sekaligus menciptakan ketidakpastian data yang menghambat upaya pemantauan oleh pemerintah.

Lebih lanjut lagi, masalah ini menjadi lebih parah karena lemahnya penegakan sanksi administratif. Meskipun dengan adanya regulasi seperti Permendag Nomor 71 Tahun 2019, telah menetapkan ancaman sanksi bagi pelanggar kewajiban pendaftaran, penjatuhan sanksi tersebut (seperti teguran, denda, atau pencabutan STPW) seringkali tidak diterapkan secara konsisten dan efektif. Kelemahan dalam penindakan ini menyebabkan sanksi administratif gagal memberikan daya paksa (*dwingende kracht*) yang memadai, sehingga pelaku usaha yang tidak patuh leluasa melanjutkan kegiatan mereka tanpa konsekuensi tegas, yang pada akhirnya merugikan iklim bisnis waralaba yang legal dan berkeadilan.

Tak hanya itu, dengan rendahnya kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha, terutama penerima waralaba dari sektor UMKM, turut memperburuk situasi tersebut. Banyak franchisee yang belum memahami konsekuensi hukum dari tidak mendaftarkan usahanya atau mengabaikan ketentuan dalam perjanjian waralaba. Hal ini dapat menciptakan ketimpangan relasi antara pemberi dan penerima waralaba, di mana pihak yang memiliki posisi tawar lebih kuat cenderung mendominasi. Oleh karena itu, pemerintah perlu memperkuat pengawasan melalui peningkatan kapasitas aparatur daerah dan penyelenggaraan edukasi hukum secara berkala. Dengan demikian, kesadaran hukum dan kepatuhan terhadap regulasi dapat meningkat, serta menciptakan iklim usaha waralaba yang transparan, adil, dan berkelanjutan di Indonesia.

Selain faktor penegakan hukum, aspek kelembagaan juga turut menjadi hambatan dalam efektivitas pengawasan waralaba di Indonesia. Struktur birokrasi yang masih bersifat sektoral menyebabkan tumpang tindih kewenangan antara lembaga pusat dan daerah. Kementerian Perdagangan, yang memiliki peran utama dalam mengatur waralaba, sering kali tidak memiliki keterhubungan data yang kuat dengan dinas perdagangan daerah, sehingga laporan kegiatan waralaba tidak tersampaikan secara akurat dan tepat waktu. Kondisi ini berdampak pada lemahnya koordinasi dalam pelaksanaan inspeksi dan evaluasi terhadap kepatuhan franchisor maupun franchisee. Ketidakselarasan kebijakan antarinstansi mengakibatkan pelaksanaan pengawasan menjadi reaktif alih-alih preventif, padahal pengawasan preventif sangat diperlukan untuk mendeteksi potensi pelanggaran sejak dini. Dengan demikian, reformasi kelembagaan yang menekankan pada integrasi data dan transparansi antar lembaga menjadi hal yang urgen untuk memperkuat sistem pengawasan waralaba di Indonesia.

Di sisi lain, perkembangan pesat ekonomi digital juga menghadirkan tantangan baru bagi pengawasan pemerintah. Munculnya model bisnis waralaba daring (*online franchise*) yang beroperasi melalui platform digital sering kali luput dari sistem pendaftaran formal karena belum sepenuhnya diatur secara spesifik dalam kebijakan yang ada. Fenomena ini menimbulkan potensi pelanggaran, seperti penggunaan merek tanpa izin, pelanggaran hak kekayaan intelektual, dan ketidaksesuaian antara model usaha dengan standar perjanjian waralaba. Untuk mengantisipasi tantangan tersebut, pemerintah perlu memperluas ruang lingkup regulasi waralaba agar mencakup model bisnis digital serta memperkuat kolaborasi lintas sektor, termasuk dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dengan langkah ini, pemerintah dapat memastikan bahwa pengawasan terhadap waralaba tidak hanya efektif secara hukum, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar modern.

KESIMPULAN

Pertumbuhan waralaba di Indonesia dalam tiga tahun terakhir menunjukkan tren yang konsisten dan positif, ditandai dengan peningkatan jumlah Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) baik untuk waralaba dalam negeri maupun asing, yang mencerminkan tingginya minat dan kepercayaan terhadap model bisnis ini. Dari perspektif hukum perjanjian, perkembangan ini turut dipengaruhi oleh keberadaan dasar hukum yang kuat seperti KUH Perdata, PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, serta Permendag No. 71 Tahun 2019 yang memberikan pedoman jelas mengenai pelaksanaan perjanjian, hak dan kewajiban para pihak,

serta mekanisme penyelesaian sengketa. Meskipun demikian, implementasi hukum perjanjian waralaba di Indonesia masih menghadapi sejumlah kendala, seperti ketimpangan posisi tawar antara franchisor dan franchisee, rendahnya kesadaran hukum, serta lemahnya pengawasan dan penegakan sanksi administratif oleh pemerintah. Untuk itu, efektivitas regulasi perlu ditingkatkan agar perlindungan hukum bagi para pihak dapat berjalan secara optimal.

Di sisi lain, dukungan kebijakan pemerintah, kemajuan teknologi digital, serta peningkatan literasi hukum di kalangan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam memperkuat kepastian hukum dan menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berkeadilan. Ke depan, penguatan aspek hukum waralaba perlu diarahkan pada sinkronisasi antarregulasi dan adaptasi terhadap perkembangan ekonomi digital agar sistem waralaba Indonesia tidak hanya mampu bersaing di tingkat nasional, tetapi juga memiliki daya saing global yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Agustinah, D. (2022). Penyelesaian sengketa antara franchisee dan franchisor. *Jurnal Dinamika Hukum*, 22(1), 1979–1993.
- Farida, I. F. K. (2021). Klausul-klausul dalam perjanjian franchise terhadap pihak yang berat sebelah. *Law, Development and Justice Review*, 4(2), 218–233.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). Implementasi sistem OSS pada sektor waralaba.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). Waralaba: Pengertian dan mekanismenya.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (n.d.). Ini sektor bisnis yang menguasai waralaba di Indonesia. Kementerian Perdagangan.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2020). Pedoman pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. KPPU.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1320.
- Manalu, Y. A. (2022). Pengaturan hukum tentang franchise di Indonesia. *Jurnal Honeste Vivere*, 32(2), 83–97.
- Muhammad, A. (2021). Hukum perusahaan Indonesia (pp. 553–571). PT Citra Aditya Bakti.
- Oktaviani, N. M. A. D. (2024). Waralaba sebagai peluang baru dalam dunia wirausaha. *Jurnal Waralaba*, 3(1), 14–26.
- Pailaha, P. L., Umbas, R. R., & Tinangon, E. N. (2024). Tinjauan yuridis dalam perjanjian pelaksanaan waralaba menurut Permendag No. 71 Tahun 2019. *Jurnal Hukum Unsrat*, 12(2), 45–60.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019, Pasal 6 ayat (2).
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007, Pasal 1 ayat (1).
- Setiawan, I. (2024). Pelindungan hukum bagi franchisee dalam perjanjian waralaba yang tidak terdaftar (Studi Putusan Nomor 3/Pdt.G.S/2023/PN.JKT.UTR). *Lex Patrimonium*, 3(2), 195–210.
- Sistem OSS (Online Single Submission). (n.d.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 1 angka 14.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- WALI – Waralaba & Lisensi Indonesia. (n.d.).

- Wisnubroto, K. (2024, Juni 22). Memahami bisnis waralaba: Persyaratan, proses, dan peluang di pasar lokal. Indonesia.go.id.
- Wulandari, D. R. (2021). Tantangan implementasi regulasi waralaba dalam sistem perdagangan nasional. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 7(2), 145–148.
- Yogasari, K. I. D., & Dharmawan, N. K. S. (2022). Pengaturan klausula dan pendaftaran perjanjian waralaba berdasarkan Permendag Nomor 71 Tahun 2019. *Kertha Wicara*, 11(1), 1–15.
- Yonnawati. (2022). Penegakan hukum sanksi administrasi terhadap pelanggaran perizinan. *Jurnal Hukum Malahayati*, 3(1), 88–101.
- Zulkifli, S., & Noor, T. (2024). Reconstructing legal protection regulations for parties in franchise agreements based on dignified justice. *Khazanah Hukum*, 6(3).