

Pelaksanaan Perjanjian Waralaba antara PT Indomarco Prismatama dan Penerima Waralaba Gerai Indomaret di Jalan Piet A. Tallo

¹Mariana Apriliana Nelci Hayong, ²Helsina Fransiska Pello, ³Husni Kusuma Dinata

^{1,2,3}Universitas Nusa Cendana, NTT, Indonesia

e-mail: 1hayongmelaty3004@gmail.com, 2helsinafransiska@gmail.com,

3husni.dinata@staf.undana.ac.id

Article History

Submission : 10-07-2026

Received : 15-08-2026

Revised : 28-08-2026

Accepted : 30-08-2026

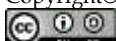
Abstract

This study aims to analyze the franchise agreement arrangements of PT Indomarco Prismatama based on contract law provisions and regulations governing franchise operations following the enactment of Government Regulation (PP) Number 35 of 2024. The analysis focuses on the legal standing of the parties, the minimum requirements and content of the franchise agreement, the balance of rights and obligations, and the administrative aspects of franchise operations. This research employs a normative legal method utilizing both the statute approach and the conceptual approach. The legal materials used comprise primary, secondary, and tertiary sources, gathered through literature review and analyzed using a descriptive-qualitative method. The research findings indicate that the implementation of the franchise agreement constitutes a contractual relationship grounded in the principle of freedom of contract – as stipulated in Article 1338 of the Indonesian Civil Code – yet this freedom is not absolute; it is constrained by the requirements for a valid agreement, the principles of good faith and balance, and specific regulations governing franchises. Franchise agreements must, at a minimum, provide clarity regarding the identities of the parties, business activities, the use of Intellectual Property Rights or distinctive business characteristics, the rights and obligations of the parties, remuneration or royalties, and business guidance. Furthermore, the conduct of the franchise relationship must align with Government Regulation Number 35 of 2024 and its implementing regulations. Consequently, legal certainty in the franchise relationship depends not only on the parties' freedom to determine the agreement's content but also on the relationship's compliance with legal provisions, the balance of rights and obligations, and the execution of the agreement in good faith.

Keywords: Freedom Of Contract, Franchise Agreement, Franchising, Indomaret, Legal Protection

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan perjanjian waralaba PT Indomarco Prismatama berdasarkan ketentuan hukum perjanjian dan regulasi penyelenggaraan waralaba setelah berlakunya PP Nomor 35 Tahun 2024. Kajian difokuskan pada kedudukan hukum para pihak, syarat dan materi minimum perjanjian waralaba, keseimbangan hak dan kewajiban, serta aspek administratif penyelenggaraan waralaba. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan perjanjian waralaba merupakan hubungan kontraktual yang berlandaskan asas kebebasan berkontrak sebagaimana Pasal 1338 KUHPerdata, tetapi kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak karena dibatasi oleh syarat sah perjanjian, asas itikad baik, keseimbangan, serta



ketentuan khusus mengenai waralaba. Perjanjian waralaba setidaknya perlu memberikan kejelasan mengenai identitas para pihak, kegiatan usaha, penggunaan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha, hak dan kewajiban para pihak, *fee* atau *royalty*, serta pembinaan. Selain itu, pelaksanaan hubungan waralaba harus disesuaikan dengan PP Nomor 35 Tahun 2024 dan peraturan pelaksanaannya. Dengan demikian, kepastian hukum dalam hubungan waralaba tidak hanya bergantung pada kebebasan para pihak dalam menentukan isi perjanjian, tetapi juga pada kesesuaian hubungan tersebut dengan ketentuan hukum, keseimbangan hak dan kewajiban, serta pelaksanaan perjanjian dengan itikad baik.

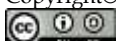
Kata Kunci: Asas Kebebasan Berkontrak, Hukum Perjanjian, Indomaret, Perjanjian Waralaba, Perlindungan Hukum

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi dan perdagangan pada era globalisasi telah mendorong perubahan yang signifikan dalam pola hubungan bisnis di Indonesia (Hermana dkk., 2025). Kemajuan teknologi, meningkatnya mobilitas masyarakat, serta semakin terbukanya akses terhadap pasar menyebabkan pelaku usaha mengembangkan berbagai bentuk kerja sama untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan daya saing (Ahadiani dkk., 2024). Salah satu bentuk kerja sama bisnis yang berkembang pesat adalah waralaba (*franchise*) (Ramadhani dkk., 2026). Perkembangan tersebut mendorong kebutuhan akan pengaturan hukum yang mampu memberikan kepastian dan keseimbangan hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Hubungan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kepentingan pengembangan usaha, tetapi juga melahirkan hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Kebutuhan tersebut semakin relevan setelah diberlakukannya PP Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba yang menggantikan PP Nomor 42 Tahun 2007 (Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, 2024). Perubahan regulasi ini menunjukkan adanya penyesuaian terhadap perkembangan kegiatan usaha waralaba sekaligus upaya untuk memperkuat kepastian hukum, keadilan berusaha, dan kemitraan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.

Secara yuridis, hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba merupakan hubungan kontraktual (Prabowo, 2025). Pasal 1313 KUHPerdara (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) menjelaskan bahwa perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Sementara itu, suatu perjanjian harus memenuhi syarat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Selanjutnya, Pasal 1338 KUHPerdara menegaskan bahwa semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Prinsip tersebut menjadi dasar penting dalam menilai keberlakuan dan pelaksanaan perjanjian waralaba, karena perjanjian yang telah disepakati para pihak pada dasarnya melahirkan hak dan kewajiban yang harus dipenuhi secara bertanggung jawab (Iskhaq dkk., 2024).

Pengaturan waralaba di Indonesia saat ini diatur dalam PP Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba (selanjutnya disebut PP Nomor 35 Tahun 2024) yang mengatur berbagai aspek penyelenggaraan waralaba, antara lain penyelenggara waralaba, kriteria waralaba, prospektus penawaran waralaba, perjanjian waralaba, hak dan kewajiban pemberi maupun penerima waralaba, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), penggunaan produk dalam negeri, pelaporan, pembinaan dan pengawasan, larangan, serta sanksi. Dalam perspektif hukum normatif, keberadaan PP Nomor 35 Tahun 2024 menjadi penting karena perjanjian waralaba tidak hanya dinilai berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak sebagaimana dikenal



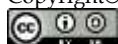
dalam KUHPerdata, tetapi juga harus memenuhi ketentuan khusus mengenai penyelenggaraan waralaba. Dengan demikian, pelaksanaan perjanjian waralaba harus ditempatkan dalam hubungan antara hukum perjanjian secara umum dan ketentuan khusus mengenai waralaba (Munthe & Bara, 2022). Salah satu bentuk usaha yang memperlihatkan perkembangan sistem waralaba secara nyata adalah Indomaret yang berada di bawah PT Indomarco Prismatama. Indomaret pertama kali didirikan pada tahun 1988 dan mulai menerapkan pola kemitraan atau waralaba pada tahun 1997. Menurut informasi resmi perusahaan, pola waralaba tersebut mulai ditawarkan setelah Indomaret memiliki lebih dari 700 gerai dan sistem serta format bisnisnya dinilai telah teruji (Indomaret, n.d.). Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa waralaba Indomaret telah menjadi salah satu model bisnis ritel yang memiliki jaringan luas dan melibatkan masyarakat sebagai penerima waralaba.

Model waralaba Indomaret pada dasarnya memperlihatkan adanya pembagian peran antara pemberi waralaba dan penerima waralaba (Nasution, 2022). Pemberi waralaba menyediakan dan mempertahankan merek, sistem bisnis, standar operasional, dukungan, serta berbagai ketentuan yang menjadi karakteristik jaringan Indomaret (Setyaningtyas, 2023). Di sisi lain, penerima waralaba berkewajiban menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan sistem dan standar yang telah ditetapkan berdasarkan perjanjian (Rahmah, 2022). Perjanjian waralaba tidak hanya mengatur penggunaan suatu merek, tetapi juga mencakup penggunaan sistem bisnis, standar operasional, pembinaan, pengawasan, pembayaran imbalan atau *royalty*, pengadaan barang, jangka waktu kerja sama, pengakhiran perjanjian, serta konsekuensi apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya (Putra & Urbanisasi, 2023). Oleh karena itu, substansi perjanjian menjadi sangat menentukan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemberi dan penerima waralaba (Ningrum & Urbanisasi, 2023).

Dalam praktiknya, potensi persoalan dapat muncul apabila terdapat ketidakseimbangan posisi tawar, perubahan kebijakan bisnis, keterlambatan atau ketidaksesuaian pemenuhan kewajiban, persaingan antar-gerai, pembatasan tertentu terhadap penerima waralaba, maupun persoalan mengenai pengakhiran kerja sama (Manalu, 2022). Konteks penyelenggaraan usaha Indomaret di Kota Kupang, khususnya pada gerai yang berlokasi di Jalan Piet A. Tallo, digunakan sebagai konteks lokal untuk melihat relevansi penerapan ketentuan hukum waralaba dalam praktik penyelenggaraan usaha. Keberadaan gerai tersebut memberikan konteks faktual mengenai hubungan antara pemberi dan penerima waralaba. Pelaksanaan perjanjian waralaba pada tingkat lokal perlu ditempatkan dalam kerangka hukum nasional yang berlaku.

Selain KUHPerdata dan PP Nomor 35 Tahun 2024, aspek administratif penyelenggaraan waralaba juga berkaitan dengan kewenangan pemerintah daerah. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Pemerintah Daerah (selanjutnya disebut Permendag 25 Tahun 2025) mengatur ketentuan mengenai penerbitan dan permohonan STPW serta memberikan pedoman bagi pemerintah daerah dalam melakukan verifikasi. Maka dari itu, penyelenggaraan waralaba di daerah tidak dapat dilepaskan dari aspek administratif dan pengawasan pemerintah daerah.

Dalam hubungan tersebut, pemerintah daerah memiliki fungsi yang berbeda dengan para pihak dalam perjanjian waralaba. Dalam hal ini, pemerintah daerah bukan sebagai pihak dalam kontrak antara pemberi dan penerima waralaba, tetapi pihak yang memiliki kewenangan administratif tertentu yang berkaitan dengan penyelenggaraan dan pengawasan kegiatan usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Aspek



administratif tersebut seperti pendaftaran waralaba, perizinan berusaha, kepatuhan terhadap ketentuan perdagangan, serta kewajiban daerah perlu dibedakan secara jelas dari hubungan kontraktual antara PT Indomarco Prismatama dan penerima waralaba. Perbedaan tersebut penting agar analisis hukum terhadap pelaksanaan perjanjian tidak mencampurkan hubungan privat para pihak dengan kewenangan publik pemerintah daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana pengaturan hukum mengenai perjanjian waralaba PT Indomarco Prismatama berdasarkan KUHPdata dan PP Nomor 35 Tahun 2024? dan (2) bagaimana standar pemenuhan hak dan kewajiban para pihak serta aspek administratif yang seharusnya diterapkan dalam hubungan waralaba berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku?

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis normatif terhadap hubungan antara ketentuan perjanjian waralaba dan perubahan rezim regulasi setelah berlakunya PP Nomor 35 Tahun 2024, khususnya dalam kaitannya dengan materi minimum perjanjian, keseimbangan hak dan kewajiban para pihak, serta aspek administratif penyelenggaraan waralaba oleh pemerintah daerah. Dengan demikian, penelitian ini tidak mendasarkan kebaruannya semata-mata pada lokasi penelitian, tetapi pada analisis keterkaitan antara hukum perjanjian dan rezim regulasi waralaba yang berlaku setelah perubahan regulasi.

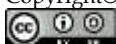
Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang menempatkan hukum sebagai norma atau kaidah yang menjadi dasar dalam menganalisis permasalahan hukum. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaturan dan penerapan ketentuan hukum mengenai perjanjian waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba berdasarkan hukum perjanjian dan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba. Konteks penyelenggaraan usaha Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang digunakan sebagai konteks lokal dalam melihat relevansi penerapan ketentuan hukum waralaba, sedangkan analisis penelitian didasarkan pada bahan hukum yang relevan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan yang berkaitan dengan perjanjian, penyelenggaraan waralaba, dan aspek administratif waralaba. Pendekatan konseptual digunakan dengan mengkaji konsep dan doktrin mengenai hukum perjanjian, asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas *pacta sunt servanda*, asas itikad baik, keseimbangan, dan perlindungan hukum.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, PP Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, Permendag Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, dan Permendag Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Pemerintah Daerah. Bahan hukum sekunder meliputi buku hukum, artikel dan jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta pendapat dan doktrin para ahli hukum yang relevan. Bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ensiklopedia hukum, indeks hukum, serta sumber referensi lain yang membantu menjelaskan pengertian dan konsep yang berkaitan dengan perjanjian dan waralaba.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan menelusuri, mengidentifikasi, membaca, dan mengkaji bahan hukum yang relevan. Bahan hukum yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan tingkat relevansi dan kedudukannya untuk memudahkan proses analisis. Analisis dilakukan secara



deskriptif-kualitatif dengan menggunakan penalaran yuridis melalui interpretasi dan evaluasi terhadap bahan hukum yang telah dikumpulkan. Analisis bahan hukum dilakukan untuk mengidentifikasi dan menilai ketentuan hukum yang mengatur pembentukan dan pelaksanaan perjanjian waralaba, kedudukan para pihak, hak dan kewajiban, kepastian hukum, perlindungan hukum, serta aspek administratif penyelenggaraan waralaba. Analisis dilakukan dengan menghubungkan ketentuan KUHPdata, PP Nomor 35 Tahun 2024, dan peraturan terkait dengan konsep serta doktrin hukum perjanjian. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk merumuskan standar normatif yang seharusnya dipenuhi dalam hubungan waralaba berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

Hasil dan Pembahasan

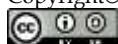
1. Status Para Pihak dan Karakteristik Hubungan Waralaba

Hubungan antara PT Indomarco Prismatama sebagai Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dan penerima waralaba Indomaret pada dasarnya merupakan hubungan hukum yang bersumber dari perjanjian. Dalam perspektif hukum perdata, hubungan tersebut tunduk pada prinsip umum hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III KUHPdata, sekaligus tunduk pada ketentuan khusus mengenai penyelenggaraan waralaba. Kebebasan para pihak dalam menentukan isi perjanjian tidak dapat dipisahkan dari ketentuan hukum yang mengatur secara khusus mengenai waralaba. Perjanjian waralaba mempunyai kedudukan sentral karena menjadi dasar lahirnya hubungan hukum antara PT Indomarco Prismatama dan penerima waralaba. Melalui perjanjian tersebut, Pemberi Waralaba memberikan hak kepada Penerima Waralaba untuk menjalankan kegiatan usaha dengan menggunakan Hak Kekayaan Intelektual dan ciri khas usaha yang dimiliki atau dikuasai oleh Pemberi Waralaba, dengan tetap mengikuti sistem dan standar yang telah ditentukan.

Dalam konteks Indomaret, hubungan tersebut memperlihatkan karakteristik khas waralaba, yaitu adanya penggunaan merek, sistem usaha, standar operasional, serta pola pengelolaan yang harus dijalankan oleh penerima waralaba. Dari perspektif hukum perjanjian, kondisi tersebut menimbulkan hubungan timbal balik. Penerima waralaba memperoleh manfaat berupa hak menjalankan usaha dengan menggunakan sistem dan identitas bisnis yang telah dikembangkan oleh Pemberi Waralaba, sedangkan Pemberi Waralaba memperoleh hak atas imbalan yang disepakati dan mempunyai kepentingan untuk menjaga konsistensi standar serta reputasi jaringan usaha. Dalam penelitian ini, keberadaan gerai Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang ditempatkan sebagai konteks penerapan hubungan waralaba pada tingkat lokal. Dengan demikian, karakteristik hubungan tersebut menunjukkan bahwa penyelenggaraan usaha waralaba tidak hanya didasarkan pada kesepakatan para pihak, tetapi juga harus dilaksanakan dalam kerangka ketentuan hukum yang mengatur penyelenggaraan waralaba.

2. Penerapan PP Nomor 35 Tahun 2024 terhadap Perjanjian Waralaba

Perkembangan regulasi terbaru memberikan konsekuensi penting terhadap analisis perjanjian waralaba. PP Nomor 35 Tahun 2024 berlaku sejak 2 September 2024 dan mencabut PP Nomor 42 Tahun 2007. Regulasi baru tersebut secara khusus mengatur penyelenggara waralaba, kriteria waralaba, prospektus penawaran waralaba, perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, STPW, penggunaan produk dalam negeri, pelaporan, pembinaan dan pengawasan, larangan, serta sanksi. Perubahan regulasi tersebut menunjukkan bahwa analisis terhadap pelaksanaan



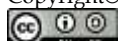
perjanjian waralaba Indomaret harus menggunakan PP Nomor 35 Tahun 2024 sebagai salah satu parameter hukum utama, khususnya untuk hubungan hukum yang berlangsung setelah peraturan tersebut berlaku. Artinya, penilaian terhadap pelaksanaan perjanjian tidak cukup hanya berdasarkan KUHPdata, tetapi juga harus memperhatikan kewajiban dan larangan yang secara khusus ditetapkan oleh regulasi waralaba.

KUHPdata memberikan kerangka mengenai syarat sah perjanjian, kekuatan mengikat, pelaksanaan dengan itikad baik, dan akibat hukum apabila terjadi pelanggaran. Sementara itu, PP Nomor 35 Tahun 2024 memberikan pengaturan yang lebih khusus mengenai bagaimana kegiatan waralaba diselenggarakan. Oleh karena itu, pelaksanaan perjanjian waralaba harus memenuhi kedua lapisan norma tersebut. Secara khusus, keberadaan PP Nomor 35 Tahun 2024 memperkuat posisi hukum waralaba sebagai hubungan bisnis yang tidak semata-mata bersifat privat. Negara memberikan kerangka regulasi untuk memastikan bahwa hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba berlangsung dalam sistem usaha yang mempunyai standar, transparansi, kepastian hukum, dan mekanisme pengawasan. PP tersebut juga secara eksplisit mencakup hak dan kewajiban para pihak, STPW, pembinaan, pengawasan, larangan, dan sanksi. Dengan berlakunya PP Nomor 35 Tahun 2024 parameter hukum penyelenggaraan waralaba menjadi lebih komprehensif. Oleh karena itu, pelaksanaan perjanjian waralaba Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang harus dipahami sebagai hubungan kontraktual yang tunduk pada hukum perjanjian sekaligus regulasi khusus mengenai waralaba.

3. Validitas dan Materi Minimum Perjanjian Waralaba

Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu dasar penting dalam pembentukan hubungan kontraktual. Pasal 1338 ayat (1) KUHPdata pada prinsipnya memberikan kekuatan mengikat terhadap perjanjian yang dibuat secara sah. Namun, kebebasan tersebut bukan kebebasan yang tidak terbatas. Pasal 1320 KUHPdata mensyaratkan syarat sahnya suatu perjanjian. Dengan demikian, kebebasan para pihak dalam menyusun perjanjian waralaba harus dijalankan dalam batas-batas hukum tersebut. Dalam hubungan waralaba, asas kebebasan berkontrak memberikan ruang bagi PT Indomarco Prismatama dan penerima waralaba untuk mengatur berbagai aspek kerja sama, antara lain penggunaan merek dan ciri khas usaha, sistem operasional, jangka waktu kerja sama, hak dan kewajiban para pihak, pembayaran imbalan, pengawasan, pembinaan, serta mekanisme berakhirnya hubungan kontraktual. Akan tetapi, isi perjanjian tersebut harus tetap memenuhi ketentuan khusus yang berlaku terhadap penyelenggaraan waralaba.

Hal tersebut sejalan dengan Permendag 71 Tahun 2019 yang mengatur bahwa perjanjian waralaba paling sedikit memuat identitas para pihak, jenis Hak Kekayaan Intelektual, kegiatan usaha, serta hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Pemberi Waralaba antara lain mempunyai hak menerima *fee* atau *royalty* dan berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan, sedangkan Penerima Waralaba mempunyai hak menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha dan berkewajiban menjaga kerahasiaan serta kode etik yang diberikan Pemberi Waralaba. Oleh karena itu, hasil analisis menunjukkan bahwa asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba tidak hanya berarti kebebasan untuk membuat kontrak, tetapi juga kebebasan untuk mengatur hubungan bisnis dalam batas-batas norma hukum yang bersifat memaksa. Kebebasan tersebut harus menghasilkan



hubungan kontraktual yang dapat memberikan kepastian mengenai hak dan kewajiban para pihak.

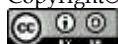
4. Prospektus dan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW)

Selain perjanjian, penyelenggaraan waralaba berkaitan dengan aspek administratif berupa prospektus penawaran waralaba dan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Pasal 5 PP Nomor 35 Tahun 2024 mengatur mengenai Prospektus Penawaran Waralaba, sedangkan Pasal 12 sampai dengan Pasal 15 mengatur mengenai STPW sebagai bagian dari Perizinan Berusaha untuk menunjang kegiatan usaha. Pengaturan tersebut menunjukkan bahwa hubungan waralaba tidak hanya berkaitan dengan kesepakatan privat antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, tetapi juga berada dalam kerangka administratif yang ditetapkan oleh pemerintah. Selanjutnya, Pasal 2 hingga Pasal 4 Permendag Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Pemerintah Daerah mengatur ketentuan mengenai penerbitan dan permohonan STPW oleh pemerintah daerah, termasuk pengajuan permohonan dan verifikasi dokumen STPW. Pemerintah daerah dalam hal ini bukan merupakan pihak dalam perjanjian waralaba, melainkan memiliki kewenangan administratif dalam penyelenggaraan waralaba sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

5. Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Para Pihak

Permendag Nomor 71 Tahun 2019 secara khusus menempatkan hak penggunaan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha sebagai salah satu hak Penerima Waralaba, sementara Pemberi Waralaba memiliki hak untuk memperoleh *fee* atau *royalty*. Pada saat yang sama, Pemberi Waralaba mempunyai kewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan sebagaimana diatur dalam Lampiran II angka 4 Permendag Nomor 71 Tahun 2019 (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, 2019). Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan waralaba bukan hubungan satu arah yang hanya memberikan kewenangan kepada Pemberi Waralaba untuk mengendalikan usaha, tetapi merupakan hubungan timbal balik yang melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Analisis terhadap konstruksi hukum waralaba menunjukkan bahwa hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba harus dibangun berdasarkan pembagian hak dan kewajiban yang jelas. Pemberi Waralaba mempunyai kepentingan untuk mempertahankan identitas, reputasi, dan standar jaringan usahanya. Oleh karena itu, Penerima Waralaba pada prinsipnya harus menjalankan usaha sesuai dengan sistem dan standar yang telah ditetapkan.

Di sisi lain, Penerima Waralaba memiliki kepentingan untuk memperoleh manfaat ekonomi dari penggunaan merek dan sistem usaha. Karena itu, Pemberi Waralaba tidak hanya memperoleh hak atas pembayaran *fee* atau *royalty*, tetapi juga mempunyai kewajiban memberikan dukungan dan pembinaan sebagaimana ditentukan dalam peraturan penyelenggaraan waralaba. Pembagian tersebut menunjukkan adanya hubungan timbal balik (*reciprocal relationship*). Penerima Waralaba tidak hanya berkewajiban memenuhi standar dan membayar imbalan, tetapi juga memiliki hak yang harus dipenuhi oleh Pemberi Waralaba melalui pembinaan dan dukungan sesuai dengan perjanjian dan ketentuan hukum. Kejelasan



pembagian hak dan kewajiban tersebut penting untuk menentukan batas kewenangan masing-masing pihak serta menilai adanya pelanggaran terhadap kewajiban hukum maupun kontraktual.

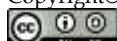
6. Perjanjian Baku dan Keseimbangan Posisi Para Pihak

Hasil kajian normatif menunjukkan adanya persoalan penting mengenai penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba, yaitu kemungkinan penggunaan perjanjian baku (*standard contract*). Dalam hubungan bisnis waralaba, Pemberi Waralaba pada umumnya memiliki sistem bisnis yang telah distandardkan. Standardisasi tersebut diperlukan untuk menjaga keseragaman merek, kualitas pelayanan, sistem operasional, dan identitas jaringan usaha. Konsekuensinya, substansi perjanjian dapat disusun berdasarkan format yang telah ditentukan oleh Pemberi Waralaba. Kondisi tersebut tidak dengan sendirinya bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak. Perjanjian baku tetap dapat mempunyai kekuatan mengikat sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian dan tidak bertentangan dengan ketentuan hukum. Namun, secara konseptual, keberadaan perjanjian baku menimbulkan persoalan mengenai keseimbangan posisi tawar (*bargaining position*) antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Pemberi Waralaba memiliki keunggulan karena menguasai merek, sistem usaha, pengetahuan bisnis, standar operasional, serta jaringan distribusi. Sebaliknya, Penerima Waralaba membutuhkan akses terhadap sistem dan merek tersebut untuk menjalankan usaha. Oleh karena itu, kebebasan Penerima Waralaba dalam menentukan isi perjanjian secara faktual dapat menjadi lebih terbatas dibandingkan dengan Pemberi Waralaba. Dalam konteks penelitian ini, kondisi tersebut penting karena asas kebebasan berkontrak harus dipahami bersama dengan asas keseimbangan. Kebebasan berkontrak tidak seharusnya dijadikan dasar untuk membenarkan setiap klausul yang dibuat oleh salah satu pihak. Pasal 1337 KUHPerdara memberikan batasan bahwa suatu sebab dalam perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun ketertiban umum. Sementara itu, Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara mengharuskan perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik. Oleh sebab itu, kebebasan menentukan isi kontrak harus diikuti dengan kewajiban untuk melaksanakan kontrak secara jujur, patut, dan tidak menyalahgunakan posisi kontraktual. Hal ini penting terutama ketika hubungan hukum dibangun melalui kontrak yang substansinya telah distandardisasi oleh salah satu pihak.

Dengan demikian, asas kebebasan berkontrak tetap merupakan fondasi utama dalam pembentukan perjanjian waralaba PT Indomarco Prismaatama dan penerima waralaba Indomaret. Namun, pelaksanaannya harus dibatasi oleh syarat sah perjanjian, asas itikad baik, prinsip keseimbangan, ketentuan khusus mengenai waralaba, serta hukum persaingan usaha. Hubungan kontraktual yang ideal bukanlah hubungan yang memberikan kebebasan tanpa batas kepada salah satu pihak, melainkan hubungan yang memungkinkan kedua pihak menjalankan kepentingannya secara proporsional dalam kerangka hukum yang memberikan kepastian dan perlindungan.

7. Pembatasan dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha



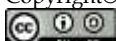
Kebebasan berkontrak dalam hubungan waralaba juga dibatasi oleh hukum persaingan usaha. Pembatasan ini penting karena beberapa klausul dalam hubungan waralaba dapat memiliki dampak terhadap struktur pasar apabila dirancang atau dilaksanakan secara berlebihan. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, misalnya, mengatur larangan terhadap perjanjian tertentu yang dapat menimbulkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pasal 15 mengatur mengenai perjanjian tertutup, termasuk ketentuan yang mewajibkan pihak penerima barang atau jasa untuk membeli barang atau jasa lain dari pemasok tertentu (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, 1999). Dalam konteks waralaba, persoalan tersebut dapat muncul apabila terdapat klausul yang mewajibkan Penerima Waralaba memperoleh barang atau jasa tertentu hanya dari pihak tertentu. Namun, keberadaan klausul demikian tidak dapat secara otomatis dinilai sebagai pelanggaran hukum persaingan. Penilaiannya harus mempertimbangkan substansi klausul, tujuan, dampak terhadap pasar, dan ketentuan pengecualian yang relevan.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha melalui pedoman mengenai pengecualian penerapan UU Nomor 5 Tahun 1999 juga menjelaskan bahwa beberapa pembatasan dalam perjanjian waralaba dapat berkaitan dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, identitas, dan reputasi usaha waralaba. Akan tetapi, pembatasan yang berlangsung terlalu lama atau berlebihan dapat berpotensi menghambat persaingan. Oleh karena itu, ketentuan dalam hubungan waralaba yang berpotensi membatasi kegiatan usaha atau pilihan pemasok Penerima Waralaba perlu dianalisis berdasarkan ketentuan hukum persaingan usaha yang berlaku. Berdasarkan hal tersebut pelaksanaan perjanjian waralaba antara PT Indomarco Prismatama dan penerima waralaba Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang pada prinsipnya harus ditempatkan dalam tiga lapis pengujian hukum. Pertama, pengujian berdasarkan hukum perjanjian, khususnya Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPerdara. Kedua, pengujian berdasarkan ketentuan khusus mengenai waralaba, terutama PP Nomor 35 Tahun 2024. Ketiga, apabila terdapat ketentuan yang berpotensi memengaruhi persaingan usaha, perlu dilakukan pengujian berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999.

8. Perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa

Asas itikad baik menjadi salah satu instrumen penting dalam menilai pelaksanaan perjanjian waralaba. Prinsip dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara menyatakan bahwa para pihak tidak hanya dituntut memenuhi kewajiban secara formal berdasarkan teks perjanjian, tetapi juga harus memperhatikan kepatutan dan kejujuran dalam pelaksanaannya. Dalam hubungan waralaba, asas itikad baik memiliki arti penting karena Penerima Waralaba memiliki ketergantungan terhadap sistem yang disediakan Pemberi Waralaba. Pemberi Waralaba mengendalikan sejumlah aspek penting dalam jaringan bisnis, sedangkan Penerima Waralaba menginvestasikan modal dan sumber daya untuk menjalankan gerai. Hubungan tersebut menciptakan kebutuhan terhadap keseimbangan dalam pelaksanaan hak dan kewajiban.

Asas ini dapat diwujudkan melalui pelaksanaan kewajiban masing-masing pihak secara konsisten. Penerima Waralaba wajib mematuhi standar usaha dan menjaga reputasi merek, sedangkan Pemberi Waralaba wajib memberikan dukungan dan pembinaan sebagaimana menjadi bagian dari hubungan waralaba. Adapun Permendag Nomor 71 Tahun 2019 yang secara tegas memasukkan pembinaan



berkesinambungan sebagai salah satu kewajiban Pemberi Waralaba. Dengan demikian, keseimbangan tidak berarti bahwa hak dan kewajiban kedua pihak harus identik. Pemberi Waralaba tetap dapat memiliki kewenangan yang lebih besar dalam menjaga standar merek dan sistem bisnis. Akan tetapi, kewenangan tersebut harus dilaksanakan dalam batas kewajaran dan tidak menghilangkan hak Penerima Waralaba yang telah diperjanjikan.

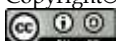
Berdasarkan analisis terhadap ketentuan hukum yang mengatur mengenai hubungan waralaba, perlindungan hukum dalam perjanjian waralaba dapat dilihat melalui dua mekanisme, yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif diberikan melalui pengaturan mengenai persyaratan penyelenggaraan waralaba, informasi kepada calon Penerima Waralaba, materi perjanjian, hak dan kewajiban para pihak, serta kewajiban administratif. Sementara itu, perlindungan represif berkaitan dengan penyelesaian sengketa dan konsekuensi hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap perjanjian atau peraturan perundang-undangan.

PP Nomor 35 Tahun 2024 menempatkan perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, STPW, pembinaan dan pengawasan, larangan, serta sanksi sebagai bagian dari pengaturan penyelenggaraan waralaba. Hal tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan hukum dalam hubungan waralaba tidak hanya bergantung pada isi perjanjian, tetapi juga diperkuat oleh regulasi yang mengatur penyelenggaraan usaha waralaba. Bagi Penerima Waralaba Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang, perlindungan hukum tersebut menjadi penting karena investasi yang dilakukan tidak hanya berbentuk modal, tetapi juga berkaitan dengan tenaga kerja, tempat usaha, biaya operasional, serta kewajiban untuk mempertahankan standar usaha. Oleh karena itu, setiap perubahan kebijakan atau tindakan Pemberi Waralaba yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha harus tetap dilihat berdasarkan ketentuan perjanjian, peraturan perundang-undangan, dan prinsip itikad baik.

Dengan demikian, pelaksanaan perjanjian waralaba di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang harus dipahami sebagai pelaksanaan hubungan kontraktual yang mempunyai konsekuensi hukum. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana diperjanjikan, maka persoalan tersebut dapat dianalisis berdasarkan hukum perjanjian, termasuk konsep wanprestasi dan akibat hukum yang timbul dari tidak dipenuhinya prestasi. Pada akhirnya, kepastian hukum dalam hubungan waralaba tidak hanya ditentukan oleh keberadaan perjanjian, tetapi juga oleh kesesuaian hubungan hukum tersebut dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta pelaksanaan hak dan kewajiban berdasarkan asas itikad baik.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, perjanjian waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan hubungan kontraktual yang tunduk pada ketentuan Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPerdata serta ketentuan khusus mengenai penyelenggaraan waralaba. Kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba tidak bersifat mutlak, tetapi dibatasi oleh syarat sah perjanjian, asas itikad baik, keseimbangan hak dan kewajiban para pihak, serta ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba. Dalam kerangka PP Nomor 35 Tahun 2024, perjanjian waralaba perlu memberikan kejelasan mengenai identitas para pihak, kegiatan usaha, penggunaan Hak Kekayaan Intelektual dan/atau ciri khas usaha, hak dan kewajiban para pihak, imbalan atau royalti, serta pembinaan.

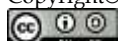


Pemenuhan hak dan kewajiban para pihak dalam hubungan waralaba harus dilaksanakan secara seimbang, transparan, dan beritikad baik. Pemberi Waralaba memiliki kewenangan untuk menjaga standar, merek, dan sistem usaha, sedangkan Penerima Waralaba memperoleh hak untuk menggunakan merek, ciri khas, dan sistem usaha serta berkewajiban menjalankan usaha sesuai dengan ketentuan yang diperjanjikan. Di samping hubungan kontraktual tersebut, penyelenggaraan waralaba juga memiliki dimensi administratif yang melibatkan pemerintah daerah, khususnya dalam penerbitan STPW dan pengawasan sesuai dengan kewenangan yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, hubungan privat antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba perlu dibedakan dari kewenangan publik pemerintah daerah.

Konteks penyelenggaraan usaha Indomaret di Jalan Piet A. Tallo Kota Kupang menunjukkan relevansi penerapan ketentuan hukum waralaba pada tingkat lokal. Penelitian ini menghasilkan standar normatif yang dapat digunakan untuk menilai kesesuaian hubungan waralaba dengan hukum perjanjian dan regulasi waralaba yang berlaku. Dengan demikian, penyelenggaraan hubungan waralaba yang transparan, proporsional, dan beritikad baik diperlukan untuk memberikan kepastian hukum serta mendukung keberlanjutan hubungan usaha antara para pihak.

Daftar Pustaka

- Ahadiani, A., Duwy, M. P., Wergiri, S. N., & Sarpini. (2024). Dinamika Kebijakan Internasional: Tantangan Dan Peluang Di Era Globalisasi. *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 1(4), 301-310. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3373>
- Apriliani, K. (2025). Keabsahan Perjanjian Waralaba Secara Digital. *Jurnal Yusthima*, 5(1), 365-374. <https://doi.org/10.36733/yusthima.v5i1.11489>
- Atmoko, D. (2022). Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Suatu Hubungan Kontrak Bisnis. *Jurnal Hukum Sasana*, 8(1). <https://doi.org/10.31599/sasana.v8i1.1260>
- Hermana, A. A., Fajrin, H. M., Reva, Y. N., & Saleh, M. Z. (2025). Dampak MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era Globalisasi. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 51-62. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i1.3455>
- Iskhaq, Y. M., Sanusi, & Asmarudin, I. (2024). Akibat Hukum Terhadap Wanprestasi Perjanjian Waralaba (Franchise) Outlet Es Teh Kekinian. *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 85-106. <https://doi.org/10.61930/ekoman.v2i1.67>
- Indomaret. (n.d.). *Tentang Waralaba*. Indomaret. <https://www.indomaret.co.id/tentang-waralaba/>
- Indonesia. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Manalu, Y. A. (2022). Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia. *EJournal Fakultas Hukum Uki*, 32(2), 83-97.
- Munthe, T. S., & Bara, I. B. (2022). Tinjauan Yuridis Penyelesaian Sengketa Perjanjian Waralaba (Franchise): Studi Putusan Nomor 2297 K/Pdt/2012. *Rechtsnormen Jurnal Komunikasi Dan Informasi Hukum*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.56211/rechtsnormen.v1i1.100>
- Nasution, N. (2022). Konsep Perjanjian Usaha Franchise (Waralaba) Dalam Perspektif Islam. *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 78-91.



- Ningrum, V. P., & Urbanisasi. (2023). Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Waralaba. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 3(3), 443–449. <https://doi.org/10.26499/multilingual.v3i3.455>
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). PERKEMBANGAN FRANCHISE DI INDONESIA. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2). <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Paramasthi, P. P. A., & Putra, M. A. P. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Umkm Dalam Sengketa Hak Merek Franchise (Waralaba) Di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(10). <https://doi.org/10.62281/3yj9ka49>
- Patricius, P. T., & Urbanisasi, U. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Para Pelaku Usaha Waralaba/Franchise Yang Mengalami Kerugian Akibat Wanprestasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 735–742. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10135712>
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba Oleh Pemerintah Daerah, Legis. No. 25 (2025).
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Legis. No. 71 (2019).
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, Legis. No. 35 (2024).
- Prabowo, A. (2025). Analisis Perlindungan Hukum Kontrak Waralaba di Indonesia: Studi Kasus Kemitraan Franchise Indomaret. *Jembatan Hukum : Kajian Ilmu Hukum, Sosial Dan Administrasi Negara*, 2(3), 251–259. <https://doi.org/10.62383/jembatan.v2i3.2457>
- Putra, W. I. P., & Urbanisasi, U. (2023). Kedudukan Haki Dalam Perjanjian Bisnis Waralaba (Franchise). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6048–6059.
- Rahayu, A. D. (2026). *Strategi Pengelolaan Kemitraan Pada Bisnis Waralaba Dalam Mendukung Franchise Business Sustainability (Studi Pada Alazka Tea & Chocolate di Kediri)* [Undergraduate, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI].
- Rahmah, A. (2022). Waralaba Sebagai Kerjasama Dalam Kegiatan Bisnis Menurut Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 340–348.
- Ramadhani, R. P., Kulsumiat, S., & Bahri, S. (2026). Analisis Fikih Muamalah terhadap Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia: Kajian Akad, Royalti, dan Lisensi Merek. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 5(3), 268–280. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v5i3.6737>
- Sahara, A. R. R., & Urbanisasi, U. (2023). Analisis Perjanjian Waralaba (Franchise) Kopi Kenangan Berdasarkan Peraturan Perundang – Undangan Tentang Waralaba. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(19), 67–75. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378772>
- Setyaningtyas, S. P. (2023). *Implementasi Akad Kerjasama Franchise Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 (Studi Kasus Salon QQ Hairstyle Patianrowo Kabupaten Nganjuk)* [Undergraduate, IAIN Kediri]. <https://etheses.iainkediri.ac.id/10917/>
- Undang-Undang Dasar Tahun 1945 (1945).
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. (1999). *tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Indonesia.

