



## Implikasi Hukum Terhadap *Franchisee* Akibat *Franchisor* Merger

Elisabeth Anjani<sup>1</sup>, Mochammad Aidil Salama<sup>2</sup>, Nur Alifyah Darwis<sup>3</sup>

Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Jawa Timur, Indonesia

\* E-mail korespondensi: [alifyahdarwis@gmail.com](mailto:alifyahdarwis@gmail.com)

### Abstract

The method of doing business using a franchise or franchising system is widely chosen for some people who want to run a business without thinking about a product or concept that will be run. Merger is an action needed by companies to maintain the stability of the company's economic movement. The purpose of this research is to answer how to protect franchisees who experience the impact of franchisors or holding companies that combine companies. This type of research used in this research is normative legal research. The legal issues in this study were studied using statutory and legal approaches. The implication of this legal issue is, at the time of the parent company's decision to merge, of course it cannot avoid harming the condition of the partnership partners or franchisees. Therefore, its implementation is in accordance with the legal regulations in force in Indonesia, namely UUP No. 40 of 2007. Furthermore, Article 122 UUP No. 40 of 2007 explains that companies or franchisors who are merging themselves by law, their assets and liabilities will merge by switching to the result of the merger, or a company that is more existing. Where this needs to be reviewed in more depth, regarding this action whether it can have a beneficial impact on the partnership (franchisee) as well as the legal protection provided regarding the potential for renewal in an agreement.

**Keywords:** Company; Agreement; Merger, Franchise

### Abstrak

Metode berbisnis dengan menggunakan system franchise atau waralaba banyak dipilih bagi sebagian orang yang ingin menjalankan suatu usaha tanpa memikirkan suatu produk maupun konsep yang akan dijalankan. Merger merupakan tindakan yang diperoleh para perusahaan untuk menjaga stabilitas pergerakan perekonomian perusahaan. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk menjawab bagaimana perlindungan waralaba yang mengalami dampak dari franchisor atau perusahaan induk yang menggabungkan perusahaan. Jenis penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian hukum normatif. Permasalahan hukum pada penelitian ini dilakukan kajian menggunakan pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Implikasi dari permasalahan hukum ini ialah, saat keputusan perusahaan induk merger, tentu tidak luput untuk memerhatikan keadaan para partner kemitraannya atau waralaba Oleh karena itu pelaksanaannya sesuai dengan aturan hukum yang berlaku di Indonesia, yaitu UUP Nomor 40 Tahun 2007. Selanjutnya pada Pasal 122 UUP Nomor. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa Perusahaan atau franchisor yang menggabungkan diri karena hukum, aktiva dan pasiva nya akan menggabungkan diri dengan beralih ke hasil penggabungan, atau perusahaan yang lebih eksis. Dimana ini perlu dikaji lebih dalam lagi, terkait tindakan tersebut apakah dapat memberikan dampak keuntungan bagi kemitraannya (waralaba) serta perlindungan hukum yang diberikan terkait potensi pembaharuan dalam suatu perjanjian.

**Kata Kunci:** Perusahaan; Perjanjian; Penggabungan; Waralaba

## 1. Pendahuluan

Dunia usaha telah berkembang sangat pesat dari segala bentuk dan segala macam sistem perusahaan. Dalam perkembangan dunia usaha terbentuk satu metode yang dinamakan waralaba yang merupakan suatu metode untuk memasarkan suatu produk atau jasa ke masyarakat yang mana sistem pemasaran ini sebagai sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah (waralaba), hak – hak istimewa untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu, di suatu tempat tertentu. Dengan konsep Kerjasama ini, sehingga menimbulkan suatu perjanjian yaitu perjanjian waralaba Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia yang dimaksud dengan waralaba yaitu suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, yang dimana sang pemilik merek memberikan suatu haknya kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan sebuah bisnis dengan nama, merek, sistem, prosedur, manajemen dan cara-cara yang sudah ditentukan sebelumnya<sup>1</sup>, dalam jangka waktu dan meliputi area tertentu.

Di Indonesia bentuk usaha bisnis ini juga berkembang dengan pesat, dimana bentuk usaha waralaba ini banyak ditemukan dalam usaha *fast food restaurant* seperti Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald, maupun perhotelan dan jasa penyewaan mobil. Bentuk ini juga digunakan oleh bisnis lokal di Indonesia seperti Es Teller 77.<sup>[1]</sup> Jenis usaha Waralaba (*Franchise*) lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep Waralaba (*Franchise*)<sup>2</sup> sebagai suatu cara mengembangkan distribusi produknya. Demikian pula dengan perusahaan – perusahaan bir yang memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Inti terlaksananya kegiatan waralaba ini, ketika pemberi waralaba menjalin hubungan hukum untuk melakukan kontrak kerjasama secara terpadu terhadap merek, desain tata letak dari berbagai sector yang berkenaan dengan hak kekayaan intelektual serta metode bisnis secara berkelanjutan dalam suatu periode tertentu dengan penerima waralaba.

Dalam praktik dunia bisnis, waralaba menjadi strategi pertumbuhan dalam mengelola sistem perbisnisan secara strategis, efisien dan praktis. Sistem waralaba ini sudah cukup lama mengembangkan sayap dan menjadi pilihan yang cukup diminati dan populer bagi beberapa orang yang ingin memulai memasuki dunia bisnis. Begitu pula dengan di Indonesia, seiring dengan berkembangnya inovasi bisnis yang beraneka ragam, membuat daya Tarik bagi Sebagian pembisnis. Walaupun di Hukum positif di Indonesia baru diatur pada tahun 2017, dikeluarkannya PP RI No. 16 Tahun 2017 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 2017 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan kemudian Kembali diubah menjadi Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007<sup>3</sup>, serta Peraturan Menteri Perdagangan RI

<sup>1</sup> Nirma Afiantia, Robby Mahaleksa, Shafa Atthiyyah Raihana, 'Franchise System Company' (2023), 1(1) AFIA&CO <<https://www.afia.co.id/mergers-and-acquisitions-in-a-franchise-system-company/>> diakses pada tanggal 12 Juli 2023.

<sup>2</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 3587. Jakarta.

<sup>3</sup> Ade H. Siswanto. 'Penggabungan Usaha (MERGER) dan Pengambilalihan (AKUISISI) PERUSAHAAN TERBUKA' <<https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/kbi623/wp-content/uploads/sites/1330/2019/12/14.-Merger-Aquisisi-Perusahaan-Terbuka.pdf>> diakses pada tanggal 19 Agustus 2023.

Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Waralaba diartikan 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. Dengan beberapa aturan yang tercantum, masih dianggap belum memadai, karena belum adanya aturan yang memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha jika terjadi perselisihan. Kurangnya edukasi hukum yang pada kenyataannya pihak franchisor lebih unggul dari pihak franchisee jika terjadi permasalahan yang ditimbulkan oleh perjanjian waralaba ini.

Waralaba adalah jenis Usaha/Kegiatan yang dilakukan suatu perseroan, sedangkan Perseroan nya sendiri adalah suatu Subyek hukum yang mempunyai hak untuk dapat melakukan pengembangan Usaha dengan perseroan lain salah satunya dengan cara *Merger*.<sup>4</sup> Dalam teori ekonomi neoklasik didasari tiga asumsi, merger memiliki efek sinergi yang positif, fokus manajemen untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham, dan efisiensi bertahan di pasar usaha.<sup>5</sup> Perusahaan dinilai memiliki kecekatan dalam membaca peluang untuk melakukan ekspansi penggabungan.

Merger merupakan perbuatan hukum di dunia bisnis yang paling sering digunakan di dunia usaha guna menghasilkan keuntungan dari kegiatan usaha. Beberapa ahli memiliki pandangan artian masing - masing dari konsep pengertian merger, tetapi jika di uraikan secara umum, merger dijelaskan sebagai sebuah gabungan antara dua perusahaan atau lebih, dimana hanya ada satu perusahaan yang bertahan. Suatu perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu Perseroan lain yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada Perseroan yang menerima penggabungan selanjutnya status badan hukum kepada Perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum. Contohnya, suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan dengan adanya penghematan biaya yang berasal dari dampak menggabungkan perusahaan untuk membayar utang perusahaan lainnya. Entitas gabungan yang dilakukan akan mengganti utang tersebut dengan penggabungan saham. Tentu hal ini sangat membantu dalam mengurangi biaya modal untuk mendirikan perusahaan baru hasil penggabungan.

Keberadaan waralaba yang terjadi akibat *franchisor merger* menimbulkan daya Tarik bagi sebagian orang. Bagaimana status waralaba saat berkontribusi pada keberhasilan dan kerugian yang dibangun dalam kompetensi internal pada pelaksanaan penggabungan. Pada penelitian ini mengidentifikasi kombinasi antar kesepakatan menyatukan perusahaan melalui *merger* dan pengelolaan waralaba akibat franchisor merger. Keputusan dalam membeli atau menggabungkan perusahaan tidak jauh dari aspek keuangan. Seperti kekuatan pasar, pemindahan *asset*, keuntungan finansial, dan lain-lain. Terlepas dengan adanya ambisi CEO melakukan merger untuk meraih keberhasilan lebih bagi perusahaannya. Terkadang gagal dalam memperhitungkan sisi sumber daya manusianya. Tentunya penelitian ini akan mengkaji dengan menganalisa peraturan di Indonesia terkait dampak yang diberikan akibat adanya penggabungan pada perusahaan induk yang memiliki Waralaba serta perlindungan hukumnya.

---

<sup>4</sup> *Ibid*

<sup>5</sup> *Ibid*

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normative (*normative legal research*) dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).<sup>6</sup> Analisis bahan hukum dilakukan dengan pengumpulan dan pengolahan bahan-bahan hukum yang disusun secara sistematis untuk mencari pemecahan atas isu hukum.

## 3. Pengaturan Penggabungan Terhadap Usaha Franchise

Penggunaan istilah penggabungan (*merger*) tidak lepas dari perbuatan hukum peleburan dan pengambilalihan. Dalam istilah penggabungan (*merger*) dapat ditemukan pertama kali di Indonesia dalam undang-undang perusahaan yang lama yaitu Undang-Undang No.1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas bahwa: “Suatu perseroan atau lebih dapat menggabungkan diri menjadi satu dengan perseroan yang telah ada atau meleburkan diri dengan perseroan lain dan membentuk perseroan baru.”<sup>7</sup>

Pengaturan merger yang diatur mulai Pasal 102 sampai dengan Pasal 109 dengan Pasal 76 tentang *quorum* dan *voting* dalam Rapat Umum Pemegang Saham untuk merger, konsolidasi, dan akuisisi dalam berjalannya Undang-Undang No.1 Tahun 1995 telah memberikan kepastian hukum dalam melakukan perbuatan merger tetapi dalam berjalannya undang-undang ini tidak belum cukup mengatur mengenai prosedur Merger maka dibuatlah Peraturan Pemerintah No.27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan, Dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas yang menjelaskan secara jelas mengenai prosedur penggabungan usaha pemerintah. Berdasarkan PP No. 27/1998, prosedur penggabungan usaha secara ringkas dapat digambarkan sebagai berikut :<sup>8</sup>

- a) Perjanjian penggabungan antara perseroan yang akan menggabungkan diri dengan perseroan yang menerima penggabungan.
- b) Usulan rancangan penggabungan yang dibuat oleh direksi kedua perseroan untuk mendapatkan persetujuan dari masing-masing komisaris perseroan.
- c) Rancangan penggabungan yang dibuat oleh direksi kedua Perseroan setelah mendapatkan persetujuan Komisaris.
- d) Pemberitahuan kepada seluruh kreditor dan pengumuman dalam 2 (dua) surat kabar harian serta pemberitahuan tertulis kepada karyawan.
- e) Persetujuan RUPS kedua Perseroan.
- f) Penandatanganan akta penggabungan.
- g) Pengumuman oleh direksi perseroan hasil penggabungan dalam 2 (dua) surat kabar harian.

Prosedur penggabungan usaha akan lebih rumit dan kompleks apabila yang melakukan penggabungan usaha tersebut salah satu diantaranya ialah perusahaan publik atau perseroan terbuka, yaitu suatu perseroan terbatas yang telah melakukan penawaran umum atas saham-sahamnya kepada masyarakat dan tercatat di Bursa Efek (“Perusahaan Publik”), sebab selain ketentuan-ketentuan dalam UUPT dan PP No.

---

<sup>6</sup> Irwanyah, 2020, *Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel Ilmiah*, Yogyakarta, Mirra Buana Media, Hlm 106

<sup>7</sup> Undang-Undang No.1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 3587. Jakarta.

<sup>8</sup> *Ibid*

27/1998 sebagaimana dimaksud, penggabungan usaha tersebut harus pula memenuhi ketentuan hukum yang berlaku di bidang pasar modal.<sup>9</sup>

Ketentuan hukum di bidang pasar modal yang harus dipenuhi oleh suatu Perusahaan Publik yang hendak melaksanakan penggabungan usaha adalah Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (“Bapepam”) Nomor Kep-52/PM/1997 tentang Penggabungan Usaha atau Peleburan Usaha Perusahaan Publik Atau Emiten Peraturan Bapepam No. IX.G.1 tentang Penggabungan Usaha atau Peleburan Usaha Perusahaan Publik atau Emiten yang merupakan Lampiran dari Keputusan Bapepam No. Kep-52/PM/1997 tersebut mengatur secara rinci seluruh tata cara atau prosedur yang harus diikuti dalam rangka penggabungan usaha suatu Perusahaan Publik. Persyaratan yang wajib diikuti berdasarkan peraturan tersebut adalah direksi dan komisaris Perusahaan Publik yang akan melakukan penggabungan usaha wajib membuat pernyataan kepada Bapepam dan memperoleh persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (“RUPS”).<sup>10</sup> PP No.27 Tahun 1998 dalam mengatur pembentukan penggabungan perusahaan sangat memerhatikan dari aspek persaingan usaha agar memberikan kepastian dan keadilan bagi masyarakat dalam terhindar dari praktek persaingan tidak sehat.

Selama berjalannya peraturan Undang-Undang No.1 Tahun 1995, undang-undang No.1 Tahun 1996 telah memberikan kepastian hukum terhadap merger tetapi dengan perkembangan zaman dunia bisnis tentunya banyak polemik hukum khususnya terhadap dunia usaha terkhusus merger maka Pemerintah Indonesia mencabut Undang-Undang No.1 Tahun 1995 dengan membentuk aturan baru yaitu Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Perseroan Terbatas istilah tentang penggabungan terdapat pada Pasal 1 butir 9 yang menyatakan bahwa:

“Penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu Perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan Perseroan lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari Perseroan yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada Perseroan yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum Perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum”.<sup>11</sup>

Dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas membahas mengenai penggabungan yang lebih luas dengan menggunakan prinsip etika terhadap kepentingan masyarakat untuk menciptakan keadilan dalam membangun usaha. Pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 perbuatan merger tidak dapat dilaksanakan jika perbuatan merger dapat memberikan kerugian pihak lain. Istilah merger dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 terdapat pada Pasal 1 angka 9 yang menyatakan merger merupakan perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu Perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan Perseroan lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari Perseroan yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada Perseroan yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum Perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 40. Jakarta.

<sup>12</sup> *Ibid*



*Franchise* atau waralaba adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk (biasanya disebut “franchisor”) yang memberikan lisensi ke pihak lain (biasanya disebut “franchisee”) untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama *franchisor*.<sup>13</sup> Praktik waralaba di Indonesia pertama kali terbentuk pada tahun 1995, namun istilah waralaba baru muncul pertama kali dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yaitu dalam Pasal 27 huruf d yang menyatakan, bahwa waralaba adalah salah satu pola kemitraan dikemukakan dalam Penjelasan Pasal 27 huruf d yang berbunyi “pola waralaba adalah hubungan kemitraan yang didalamnya pemberi waralabamemberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusiperusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen”.<sup>14</sup>

Dalam Undang-undang No.9 Tahun 1995 masih memerlukan aturan pelaksana lalu Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Hal itu ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah tersebut, yang berarti bahwa Undang-Undang No.9 Tahun 1995 dimaksud merupakan salah satu dasar pembentukan Peraturan Pemerintah tersebut.<sup>15</sup>Namun pengertian waralaba yang dimaksud dalam Peraturan Pemerintah tersebut malah jauh berbeda dengan pengertian waralaba dalam Penjelasan Pasal 27 huruf d Undang-Undang No.9 Tahun 1995. Dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah tersebut ditentukan “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barangdan/ atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapatdimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lainberdasarkan perjanjian waralaba”. Pengertian waralaba dalam Undang-undang No.9 Tahun 1995 tidak dicantumkan lagi ke dalam Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Perjanjian Waralaba didasari oleh Pasal 1313 KUHperdata yang menyatakan “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu atau lebihnya. Untuk pengaturan lebih lanjut tentang waralaba di Indonesia, terdapat Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 yang memiliki pengaturan lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Perdagangan Mo.53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Menurut Pasal 3 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007, bahwa waralaba yang akan diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba harus memenuhi kriteria :<sup>16</sup>

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dandiaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

---

<sup>13</sup> Siti Malikhatun, *Aspek Hukum Perjanjian Franchise*, (Semarang: CV. Tigamedia Pratama: 2019), hal 81.

<sup>14</sup> Sri Redjeki Slamet & Partners, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*, Vol 8, Lex Jurnalica, 2011. Hal 136.

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. 24 Agustus 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012. Jakarta.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 Perjanjian Waralaba termasuk ke dalam kontrak *innominaat* yaitu kontrak yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah yang timbul, tumbuh, dan berkembang di dalam praktek. Seiring berkembangnya waralaba di Indonesia, Pemerintah mengeluarkan PP RI No. 16 Tahun 2017 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 2017 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan kemudian Kembali diubah menjadi Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007.

#### 4. Akibat Hukum Perbuatan Penggabungan dan Peleburan Terhadap Waralaba

Dalam perjanjian waralaba terdiri dari dua pihak yaitu *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba) yang menghasilkan suatu hubungan hukum dengan adanya kewajiban suatu prestasi yang disepakati.<sup>17</sup> Sistem waralaba merupakan salah satu cara bagi pengusaha pemula yang dipilih dalam mengembangkan keterampilan bisnis dengan menerapkan asas kebebasan berkontrak dan potensi resiko kebangkrutan yang mini.<sup>18</sup> Tindakan penggabungan dalam suatu pasar usaha merupakan bentuk upaya pengusaha dalam menjaga stabilitas pergerakan perekonomian perusahaan. Jalan ini biasa dipilih oleh pengusaha sebagai langkah defensif untuk melindungi akibat pangsa pasar yang menurun atau berkonsolidasi.

Proses merger yang terjadi pada perusahaan waralaba yang mengakibatkan pengalihan aset, termasuk aset berupa waralaba, perjanjian waralaba, HAKI, perjanjian lisensi HAKI dan perjanjian penggunaan sistem bisnis.<sup>19</sup> *Merger* menjadi bentuk pencapaian suatu keuntungan yang lebih baik ataupun menyelamatkan perusahaan yang sedang mengalami pailit. Dari segi keunggulan terjadinya merger dapat meningkatkan sumber daya, menaikkan kemampuan *marketing*, kemampuan manajemen, riset, bertukar teknologi, dan efektivitas *cost of production* perusahaan. Penyebab Merger dan Akuisisi ialah mempengaruhi deregulasi, *economy competitive* relative terhadap dunia, peningkatan teknologi yang dipunyai oleh satu entitas, dan impian perusahaan untuk memindahkan operasinya ke entitas baru.<sup>20</sup>

Jika melihat dari sisi kerugian, bagi beberapa perusahaan yang memilih untuk melakukan *merger*, merupakan pilihan terbaik untuk menyelamatkan kerugian atau mengembangkan potensi perusahaan tersebut. Kerugian dapat dialami jika pemilik waralaba tidak sepakat dengan adanya perbaharuan kontrak yang dibuat oleh franchisor atau perusahaan induk untuk melakukan merger. Maka, dalam hal ini berlaku klausul pembatalan kontrak (*termination*). Dalam berkontrak suatu perjanjian akan memenuhi ketentuan suatu syarat sah perjanjian (Pasal 1320 KUHPdata), akan dianggap tak cakap atau lalai dalam melaksanakan hak dan kewajiban jika tidak dapat memenuhi syarat berkontrak. Pembatalan kontrak terjadi jika salah satu pihaknya tidak

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> A.A Kolesova, *Advantages and disadvantages of franchising as a form of business*, Electronic archive of tomsk polytechnic University, 2015. Hal 478.

<sup>19</sup> Iswi Hariyani, *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, & Pemisahan Perusahaan*, Jakarta : Visi Media, 2011. Hal 434

<sup>20</sup> Dian Fajar Suryani, *Analisis Diversifikasi Dampak Setelah Merger dan Akuisisi Pada Kinerja keuangan Perusahaan yang Terdaftar di BEI*, Vol 2, 2022. El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat. Hal 179.

dapat memenuhi perikatan, akan menuntut penggantian biaya, kerugian dan bunga (Pasal 1267 KUHPerdota). Sehingga, pihak waralaba tidak lagi dapat menjalankan usahanya. Kerugian lainnya terjadi pada bidang ketenagakerjaan yang lazimnya akan melakukan Tindakan restrukturisasi internal. Berubahnya kepemilikan yang terjadi akibat penggabungan perusahaan, akan menghilangkan lapangan kerja bagi sebagian orang.

Dalam hubungan hukum antar pihak dalam menjalankannya hak dan kewajiban dalam mengembangkan suatu prestasi, sering terjadi tumpang tindih antara ketentuan perjanjian dan kenyataan yang ada, pihak *franchisor* secara lazimnya memiliki peran lebih kuat dibanding pihak waralaba. Oleh karena itu, untuk memenuhi hak dan kewajiban para pihak franchise dan franchisor dalam menyepakati keputusan merger. Dampak yang terjadi akibat merger mengakibatkan perusahaan akan berakhir karena hukum. Pasal 122 ayat 3 poin a UUPT Nomor 40 Tahun 2007 : “Aktiva dan pasiva Perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri beralih karena hukum kepada Perseroan yang menerima Penggabungan atau Perseroan hasil peleburan. Oleh karena itu, terjadinya merger dalam sebuah perjanjian dinilai tidak menghapus perikatannya. Segala bentuk hak dan kewajiban ikut beralih ke Badan Hukum yang eksis atau aktif.

Dengan demikian, sekalipun perusahaan yang mengalami penggabungan perjanjian antar *franchise* dan *franchisor* tidak dapat berakhir, karena tidak ditemukan alasan hapusnya perikatan (Pasal 1381 KUHPerdota). Dengan adanya Asas *Pasca Sunt Servanda*, Para pihak yang telah melakukan perjanjian akan tunduk dengan ketentuan perundang-undangan yang mengikat dalam perjanjian yang telah disepakati bersama (Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdota). Perjanjian bentuk dari kesepakatan yang timbul dari dua pihak atau lebih terjadi akibat hukum, yang memiliki hak dan kewajiban dalam suatu prestasi. Oleh karena itu, jika salah satu pihak tidak dapat melaksanakan kewajibannya atau mengingkari klausul perjanjian yang sebagaimana telah disepakati, maka dianggap melakukan wanprestasi. Wanprestasi diterangkan pada Pasal 1233 – 1456 KUHPerdota.

## 5. Penutup

Pada tataran normatif, baik akibat hukum maupun perlindungan hukum bagi waralaba yang mengalami dampak franchisor merger, masih tergolong lemah karena belum adanya aturan khusus yang mengatur akan hak dan kewajiban perjanjian waralaba setelah mengalami hal tersebut. Dengan berlandaskan asas-asas hukum perjanjian sesuai pasal 1338 KUHPerdota dimana salah satunya terdapat asas kebebasan berkontrak, yang terkadang ditemukan perbedaan klausul perjanjian yang telah disepakati dengan kenyataan yang ada seperti terjadi pembaharuan kontrak. Sehingga sejauh ini peraturan yang mengatur untuk mendukung pihak waralaba jika franchisor melakukan merger ialah pasal Pasal 122 ayat 3 poin a UUPT Nomor 40 Tahun 2007, yang mengatakan bahwa Aktiva dan pasiva Perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri beralih karena hukum ikut beralih ke Badan Hukum yang eksis atau aktif. Jalan yang ditempuh dengan penggabungan perusahaan menimbulkan dampak kekhawatiran bagi sumber daya manusia yang seringkali terabaikan. Sehingga hal ini diharapkan adanya ketentuan aturan yang berfokus terhadap perlindungan dan pengawasan pelaksanaan waralaba dan perusahaan atau franchisor lebih terbuka dan responsive terhadap perubahan lingkungan agar mencegah terjadinya kerugian sepihak dan persaingan usaha yang tidak sehat.



## Referensi

- Ade H. Siswanto. 'Penggabungan Usaha (MERGER) dan Pengambilalihan (AKUISISI) PERUSAHAAN TERBUKA' < <https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/kbi623/wp-content/uploads/sites/1330/2019/12/14.-Merger-Aquisisi-Perusahaan-Terbuka.pdf> > diakses pada tanggal 19 Agustus 2023
- Badriy, Siti Malikhatun Badriy. (2019). *Aspek Hukum Perjanjian Franchise*. Semarang CV : Tigamedia Pratama.
- Dian Fajar Suryani. 2022. *Analisis Diversifikaso Dampak Setelah Merger dan Akuisisi Pada Kinerja keuangan Perusahaan yang Terdaftar di BEI*. Vol 2, El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Kolesova A.A. 2019. Advantages and Disadvantages of Franchising as a Form of Business. Electronic archive of tomsk polytechnic University
- Nirma Afiantia, Robby Mahaleksa, Shafa Atthiyah Raihana, 'Franchise System Company' <<https://www.afia.co.id/mergers-and-acquisitions-in-a-franchise-system-company/>> diakses pada tanggal 12 Juli 2023.
- Norman Syahdar Idrus, 'Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata Dan Hukum Islam' (2017) 4(1) ISSN < <https://media.neliti.com/media/publications/18075-ID-waralaba-franchise-di-indonesia.pdf> > diakses pada tanggal 19 Agustus 2023.
- Irwansyah, 2020, *Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel Ilmiah*. Yogyakarta, Mirra Buana Media.
- Iswi Hariyani. 2011. *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, & Pemisahan Perusahaan*. Jakarta : VisiMedia.
- Slamet, Sri Redjeki & Partners, 2011. *Waralaba (Franchise) di Indonesia*. Vol 8, Lex Jurnalica.