Journal of Law and Nation (JOLN)
Vol. 5 No. 2 (2026) hal. 202-207
https://lawinsight.net/index.php/SOLICLAW
e-ISSN: 2962-9675

ANALISIS PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA PERSPEKTIF PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 35 TAHUN 2024 TENTANG WARALABA
(Studi D-Celup Chicken Crispy Kabupaten Sambas)

Pusparani
Universitas Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
Dindapusparani2@gmail.com

Abstract

This research is prompted by the business operations of "D-Celup Chicken Crispy" in Sambas Regency, which exhibit characteristics of a franchise such as the use of a brand, a business system, operational standards, training, the provision of raw materials, and promotional support. In practice, however, several issues have emerged, including a lack of clarity in written agreements, misunderstandings regarding rights and obligations, the status of the Franchise Registration Certificate (STPW), the provision of a prospectus, ongoing operational guidance, rising costs of raw materials, and the resolution of disputes. These issues require examination in light of Government Regulation Number 35 of 2024 concerning Franchising, which came into effect on September 2, 2024, and repealed Government Regulation Number 42 of 2007. The study employs a qualitative method with an empirical approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving franchisors, franchisees (outlets), and consumers all of whom directly experience the implementation of product and service standards. The research findings indicate that the D-Celup Chicken Crispy partnership has been implemented operationally through the use of the brand, the application of a business system, product training, the supply of raw materials, promotional activities, and quality control. However, full legal compliance with Government Regulation (PP) Number 35 of 2024 cannot be definitively confirmed, as the accounts provided by the franchisor and the partners regarding written agreements are inconsistent. Furthermore, the study did not obtain sufficient evidence to verify compliance with the criteria for a franchise business (Article 4), the provision of a prospectus at least 14 calendar days prior to signing (Article 5), the inclusion of all required clauses in the agreement (Article 6), and the possession of a Franchise Registration Certificate (STPW) (Articles 12–15). Key challenges involve legal, operational, and communication aspects, as well as dispute resolution. Consequently, recommendations focus on the use of clear and accessible written agreements, information transparency, ongoing guidance, and the fulfillment of verifiable licensing requirements.

Keywords: *Franchise Agreement, D-Celup Chicken Crispy, Government Regulation Number 35 of 2024*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pelaksanaan kerja sama D-Celup Chicken Crispy di Kabupaten Sambas yang memperlihatkan karakteristik waralaba, seperti penggunaan merek, sistem usaha, standar operasional, pelatihan, penyediaan bahan baku, dan dukungan promosi. Dalam praktiknya masih ditemukan ketidakjelasan dokumen perjanjian tertulis, pemahaman hak dan kewajiban, status Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), pemberian prospektus, pembinaan lanjutan, kenaikan biaya bahan baku, serta penyelesaian sengketa. Permasalahan tersebut perlu dikaji berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, yang mulai berlaku pada 2 September 2024 dan mencabut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan empiris. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola atau pemberi waralaba, para mitra/outlet, dan konsumen sebagai pihak yang mengalami langsung penerapan standar produk dan pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerja sama D-Celup Chicken Crispy telah terlaksana secara operasional melalui penggunaan merek, penerapan sistem usaha, pelatihan produk, pasokan bahan baku,

promosi, dan pengawasan kualitas. Namun, kesesuaian secara hukum dengan PP Nomor 35 Tahun 2024 belum dapat dipastikan sepenuhnya karena keterangan franchisor dan mitra tidak konsisten mengenai dokumen perjanjian tertulis. Selain itu, penelitian belum memperoleh bukti memadai untuk memverifikasi pemenuhan kriteria usaha waralaba menurut Pasal 4, penyerahan prospektus paling lambat 14 hari kalender sebelum penandatanganan menurut Pasal 5, kelengkapan klausul perjanjian menurut Pasal 6, dan kepemilikan STPW menurut Pasal 12–15. Kendala utama mencakup aspek hukum, operasional, komunikasi, dan penyelesaian sengketa. Karena itu, rekomendasi diarahkan pada perjanjian tertulis yang mudah dipahami, transparansi informasi, pembinaan berkesinambungan, serta pemenuhan perizinan yang dapat diverifikasi.
Kata Kunci: *Perjanjian Waralaba, D-Celup Chicken Crispy, Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024*

PENDAHULUAN

Pada era persaingan ekonomi global saat ini, wirausaha menjadi salah satu jalan penting untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Islam sendiri mendorong umatnya untuk bekerja dan berusaha. Salah satu bentuk wirausaha yang berkembang di Indonesia adalah usaha dengan sistem waralaba (franchise). Melalui sistem ini, mitra dapat menggunakan model bisnis, merek, dan sistem manajemen tertentu berdasarkan perjanjian. Waralaba didefinisikan sebagai hak khusus atas sistem bisnis yang memenuhi kriteria untuk memasarkan barang dan/atau jasa yang terbukti berhasil dan dapat digunakan pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Prinsip dasar dalam perjanjian waralaba adalah adanya hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) yang dituangkan dalam bentuk kontrak (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2018 : 29). Kontrak ini harus memenuhi ketentuan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang syarat sah perjanjian, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Namun dalam praktiknya, hubungan antara kedua belah pihak tidak selalu berjalan seimbang. *Franchisor* umumnya memiliki posisi tawar lebih kuat dibandingkan *franchisee*, sehingga sering muncul persoalan terkait pelaksanaan hak dan kewajiban dalam perjanjian (Munir Fuady, 2014 : 77).

Salah satu bidang usaha waralaba yang berkembang pesat adalah makanan cepat saji, karena menawarkan kemudahan, efisiensi, dan potensi keuntungan tinggi. Salah satu contohnya adalah *D-Celup Chicken Crispy*, yang telah memperluas jangkauan usahanya melalui sistem kemitraan yang menyerupai waralaba. Usaha ini menjual ayam goreng *crispy* dengan berbagai varian saus dan telah berkembang di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Sambas. Sistem kemitraan *D-Celup Chicken Crispy* memberikan peluang bagi masyarakat untuk menjadi mitra usaha dengan model bisnis yang telah teruji.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan empiris. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola atau pemberi waralaba, para mitra/outlet, dan konsumen sebagai pihak yang mengalami langsung penerapan standar produk dan pelayanan. Penelitian empiris kualitatif adalah jenis penelitian

yang mengumpulkan dan menganalisis data non-numerik (berupa kata-kata, teks, atau gambar) berdasarkan pengalaman nyata, observasi langsung, atau interaksi di lapangan

PEMBAHASAN

1. Pengertian Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan proses menerapkan atau merealisasikan suatu rencana, aturan, dan kesepakatan ke dalam tindakan nyata. Dalam penelitian ini, konsep pelaksanaan digunakan untuk melihat bagaimana perjanjian waralaba dijalankan oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba di lapangan, mulai dari penggunaan merek, penerapan standar operasional, pemberian pelatihan, penyediaan bahan baku, pembinaan, sampai penyelesaian kendala yang timbul (Nurdin Usman, 2002 : 70). Pelaksanaan berkaitan dengan aktivitas, aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, pelaksanaan tidak hanya dimaknai sebagai keberadaan aturan tertulis, tetapi juga bagaimana aturan tersebut diwujudkan dalam hubungan nyata antara para pihak.

2. Perjanjian Mitra Niaga

Perjanjian Mitra Niaga adalah suatu kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang mengikat mereka untuk saling memenuhi hak dan kewajiban yang telah disepakati dalam rangka menjalankan usaha bersama. Dalam konteks ini, mitra niaga dapat berupa pelaku usaha yang bekerjasama dengan perusahaan atau pihak lain untuk mengelola dan menjalankan usaha sesuai perjanjian yang dibuat (Umi C Chulsum dan Windy Novia , 2006 :. 298).

3. Syarat Sah Perjanjian Mitra Niaga

Syarat Sah Perjanjian Mitra Niaga Mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata, syarat sahnya perjanjian meliputi:

a. adanya kesepakatan yang mengikat para pihak.
b. para pihak cakap membuat perikatan.
c. adanya objek tertentu yang diperjanjikan.

Suatu sebab yang halal (tidak bertentangan dengan hukum) Pengertian perjanjian diatur dalam buku III KUHPerdata yang mengatur tentang *verbintenissenrecht* dimana tercakup beberapa istilah diantaranya yaitu perikatan, perutangan, dan perjanjian sedangkan untuk *overeenkomst* ada dua terjemahan yaitu perjanjian dan persetujuan, Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) mengatur bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih, Dj(aja S Meliala, 2007 : 75), ketentuan pasal ini menerangkan bahwa secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri sehingga jelas bahwa dalam perjanjian terdapat satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain.

Perjanjian dalam hukum kontrak mengandung makna perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, dalam arti lain perjanjian atau verbintenis mengandung pengertian suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.

4. Perjanjian Waralaba

Waralaba bearasal dari kata wara yang berarti lebih dan laba yang berarti untung dimana secara harafiah waralaba dapat diartikan usaha yang memberikan keuntungan lebih, *franchise* (waralaba) termasuk salah satu cara pengembangan usaha secara internasional.

"Dalam *franchise* dapat dikatakan sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba dimana mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual yang selanjutnya akan disebut dengan (HKI) dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo,desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang (Dwigamas Yuliarko, 2014 : 6).

Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan HKI dan sistem kegiatan operasional usaha mereka oleh penerima waralaba, perjanjian merupakan suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hokum dan begitupun dengan perjanjian waralaba *(Franchise Agreement)* yang muncul suatu hubungan hukum anatara pemberi waralaba *(Franchisor)* dengan penerima waralaba *(Franchisee)* yang mana isi dalam perjanjian waralaba tersebut mengatur berbagai ketentuan-ketentuan hukum yang mengikat diantara kedua belah pihak masing-masing dalam pelaksanaan bisnis waralaba itu sendiri.

Unsur-unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang harus dituangkan secara jelas didalam klausul-klausul suatu perjanjian waralaba karena dengan berbagai kasus banyak *franchisor* dengan *franchise* tidak paham betul klausul-klausul apa saja yang harus diatur dalam suatu perjanjian waralaba sehingga ketika sudah berjalan tidak sedikit kedua belah pihak mengalami kendala dalam menerapkan isi perjanjian, kehadiran bisnis waralaba sebagai suatu sistem bisnis yang mempunyai karakteristik tersendiri dalam kehidupan ekonomi, dapat juga menimbulkan permasalahan dibidang hukum dikarenakan bisnis waralaba ini didasarkan pada suatu perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban para pihak sehingga diperlukan adanya perlindungan hukum yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak."

5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba mulai berlaku pada 2 September 2024. Berdasarkan Pasal 41, peraturan ini mencabut PP Nomor 42 Tahun 2007. Pasal 1 angka 1 mendefinisikan waralaba sebagai hak khusus atas sistem bisnis yang memenuhi kriteria yang ditetapkan untuk memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat digunakan pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba (Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024). Pasal 1 angka 7 menegaskan bahwa perjanjian waralaba adalah perjanjian tertulis antara pemberi dan penerima waralaba, atau pemberi dan penerima waralaba lanjutan, yang memberi hak menikmati manfaat ekonomi waralaba dalam jangka waktu dan dengan syarat tertentu. Dengan demikian, penggunaan merek dan SOP saja tidak sertamerta membuktikan seluruh persyaratan waralaba telah dipenuhi.

Salah satu usaha yangmenggunakan sistem ini adalah usaha D'Celup Chicken Crispy merupakan salah satu usaha kuliner berbasis kemitraan yang bergerak di bidang makanan cepat saji, khususnya olahan ayam crispy dengan berbagai varian saus kekinian. Usaha ini menjadi salah satu brand kuliner yang cukup menarik perhatian karena menawarkan konsep

produk yang sederhana, mudah diterima masyarakat, tetapi tetap memiliki ciri khas tersendiri. Produk utama yang ditawarkan adalah ayam crispy yang dapat disajikan secara original maupun dicelupkan ke dalam berbagai pilihan saus, seperti saus sadis, lada hitam, teriyaki, keju, dan barbeque spicy.

D'Celup Chicken Crispy merupakan produk usaha dari PT Master Kuliner Indonesia, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang kemitraan bisnis kuliner sejak tahun 2018. Perusahaan ini mengembangkan berbagai brand kuliner dengan sistem kemitraan yang dapat dijalankan oleh masyarakat umum, termasuk pelaku usaha pemula. Sebagai perusahaan induk, PT Master Kuliner Indonesia tidak hanya mengembangkan D'Celup Chicken Crispy, tetapi juga beberapa brand kuliner lain seperti Crepes Time, D'Bakso Goreng Crispy, Mie Ayam Kriuk, D'Potachiz Korean Bread, dan Warmendo. Keberadaan beberapa brand tersebut menunjukkan bahwa PT Master Kuliner Indonesia memiliki pengalaman dalam mengembangkan konsep bisnis kuliner berbasis kemitraan.

D'Celup Chicken Crispy memiliki potensi untuk berkembang di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Sambas. D'Celup Chicken Crispy telah memiliki beberapa titik layanan di wilayah Kabupaten Sambas. Keberadaan beberapa titik layanan ini menunjukkan bahwa produk D'Celup Chicken Crispy mulai dikenal dan dapat dijangkau oleh masyarakat di beberapa kawasan strategis di Sambas. Salah satu titik layanan D'Celup Chicken Crispy berada di kawasan Pasar Melayu Sambas.

ANALISIS

Pelaksanaan perjanjian waralaba antara D-Celup Chicken Crispy dan Mitra di Kabupaten Sambas Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang waralaba, bahwa pelaksanaan perjanjian waralaba antara *D-Celup Chicken Crispy* dan mitra di Kabupaten Sambas dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu proses awal kerja sama, pemenuhan hak dan kewajiban para pihak. bentuk perjanjian, pelaksanaan operasional, serta pengawasan terhadap usaha mitra. Berdasarkan hasil penelitian, proses awal kerja sama telah berjalan melalui mekanisme pendaftaran calon mitra, seleksi awal, pembayaran biaya franchise, dan pemberian pelatihan operasional. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa hubungan usaha *D-Celup Chicken Crispy* tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui proses tertentu yang disusun oleh *franchisor*.

Berkaitan dengan pelaksanaan hak franchisor, D-Celup memiliki hak untuk menjaga penggunaan merek, mengatur standar operasional, mengawasi kualitas produk, menentukan syarat kerja sama, dan menegakkan sanksi apabila mitra melanggar ketentuan. Hak-hak tersebut pada dasarnya bertujuan menjaga keseragaman merek dan mutu produk agar setiap *outlet* memiliki standar yang sama. Dalam sistem waralaba, keseragaman standar merupakan salah satu ciri utama karena konsumen mengharapkan kualitas produk yang relatif sama di setiap *outlet*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba pada D-Celup Chicken Crispy di Kabupaten Sambas. Pelaksanaan hubungan usaha

antara D-Celup Chicken Crispy dan mitra di Kabupaten Sambas telah menunjukkan karakteristik waralaba melalui penggunaan merek, sistem operasional, pasokan bahan baku, pelatihan produk, pemasaran, dan pengawasan kualitas. Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba D-Celup Chicken Crispy di Kabupaten Sambas juga meliputi kendala hukum, operasional, komunikasi, dan penyelesaian sengketa. Kendala hukum terlihat dari belum jelasnya dokumen perjanjian dan status pendaftaran waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. New Jersey: Pearson Education, 2018.

Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: Grasindo, 2002.

Umi C Chulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Yoshiko Press, 2006.

Djaja S Meliala, *Hukum Perdata Tentang Benda Dan Hukum Perikatan*, Bandung : Nuansa Aulia, 2007

Dwigamas Yuliarko, *Akibat Hukum Dalam Perjanjian Waralaba*, Skripsi, FH-Jember, 2014.

Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, Pasal 1 angka 1.