

PELATIHAN TATACARA DAN HUKUM KEMITRAAN WARALABA SEBAGAI STRATEGI UNGGUL PENGEMBANGAN UMKM DI CIKARANG

Fennieka Kristianto¹, Filda Rahmiati², Yusup Junaedi³,
Lerissa Daniela⁴, Grace Amin⁵

^{1,2,5} Universitas Presiden, Cikarang, Indonesia

³ Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia

⁴ Jakarta International University

Email: fennieka@president.ac.id¹, filda.rahmiati@president.ac.id²,
yusupjunaedi@apps.ipb.ac.id³, lerissa.daniela@gmail.com⁴; grace.amin@president.ac.id⁵

Abstrak: Bisnis kemitraan waralaba menjadi salah satu strategi unggul bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing. Maka, pemahaman yang mendalam tentang tata cara dan aspek hukum waralaba sangat penting untuk menjamin keberlanjutan dan kesuksesan kemitraan. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan kepada UMKM di Cikarang khususnya UMKM dampingan pada program UMKM Naik Kelas tentang pengelolaan kontrak, perjanjian, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, yang merupakan elemen penting dalam membangun kemitraan yang adil dan berkelanjutan. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan oleh dosen Prodi Hukum President University. Program ini menegaskan pentingnya pemahaman hukum sebagai pilar utama dalam pengembangan bisnis UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Kemitraan, Waralaba, UMKM, Pemasaran*

1. Pendahuluan

Bisnis kemitraan waralaba telah menjadi salah satu model bisnis yang populer, terutama di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kemitraan usaha dapat dilakukan dengan saling membantu pada semua aspek seperti permodalan, pemasaran, teknologi, pengembangan sumber daya manusi, organisasi, dan lainnya (Rahayu, 2010). Waralaba menawarkan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan bisnis mereka dengan memanfaatkan merek dan sistem yang sudah teruji. Kemitraanusaha dibutuhkan untuk mendorong investasiberkualitas dan inklusif, transfer teknologi, perlindungan kekayaan intelektual, pemerataanpertumbuhan ekonomi daerah, dan akses terhadap sumber daya produktif. Kemitraan usaha dibutuhkan untuk perkuatan daya saing (*competitiveness*)

berbasis *Cost* atau *Differentiation*; dan Daya tangguh (*resilient*) berbasis pada sumberdaya. Keduanya merupakan syarat perlu bagi UMKM untuk “Naik Kelas” (Utomo, 2021).

Namun, untuk meraih kesuksesan dalam bisnis kemitraan waralaba, pemilik UMKM perlu memahami dengan baik tata cara dan hukum yang terkait pentingnya mengetahui tata cara dan hukum dalam bisnis kemitraan waralaba bagi UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata. Dengan memiliki pemahaman yang kuat tentang aspek hukum ini, UMKM dapat membangun kemitraan yang sukses dan berkelanjutan, meningkatkan peluang kesuksesan mereka dalam dunia bisnis yang kompetitif. Oleh karena itu, kesiapan dalam hal hukum dan tata cara kemitraan waralaba harus menjadi bagian integral dari strategi pengembangan bisnis UMKM. Mengetahui tata cara dan hukum dalam bisnis kemitraan waralaba membantu UMKM melindungi hak dan kewajiban mereka secara hukum. Dokumen kontrak, perjanjian, dan aturan yang disusun dengan baik akan memberikan dasar hukum yang kuat, sehingga kedua belah pihak dapat bekerja dengan jelas dan adil. Tata cara waralaba seringkali mencakup penggunaan merek dagang dan kekayaan intelektual tertentu. Pemahaman tentang hukum hak kekayaan intelektual akan membantu UMKM untuk menghindari pelanggaran hak dan melindungi merek dagang mereka sendiri, yang merupakan aset berharga dalam bisnis.

Pentingnya penyuluhan Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Kecil Masyarakat Lokal dengan tujuan agar masyarakat dapat memahami pemberlakuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang memberikan proteksi perlindungan bagi kegiatan usaha mereka baik dari aspek permodalan, aspek pasar dan aspek informasi teknologi agar dapat bersaing kompetitif (Pelupessy dkk, 2024). Dengan memahami tata cara dan hukum, UMKM dapat memastikan bahwa kemitraan waralaba mereka dapat berkembang secara berkelanjutan. Melalui kepatuhan terhadap regulasi dan perundang-undangan yang berlaku, bisnis dapat membangun reputasi yang baik dan mempertahankan hubungan positif dengan mitra dan pelanggan. Dengan memahami dan mengikuti prosedur ini, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka. Hal ini dapat mencakup manajemen persediaan, pelatihan karyawan, dan implementasi strategi pemasaran yang terbukti berhasil.

Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini untuk memberikan kontribusi nyata akademisi kepada masyarakat sekitar. Keterlibatan aktif dan kolaborasi antarpihak yang terkait, termasuk pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan masyarakat umum, akan menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung usaha kecil (Kaleb dkk, 2024). Kegiatan ini beranggotakan tim dosen dari Universitas Presiden dengan narasumber dari Program Studi Ilmu Hukum Dr. Dra. Fennieka Kristianto, S.H., M.H., M.A., M.Kn dengan dosen Program Studi Manajemen yang juga tim dari pendampingan UMKM Naik Kelas Kabupaten Bekasi, Filda Rahmiati, BBA., MBA., Ph,D juga dibantu oleh Grace Amin, M.Psi dan dosen Bahasa Inggris, Lerrisa Daniela. Dengan adanya kolaborasi dari para dosen ini diharapkan kegiatan PKM ini dapat maksimal memberikan kontribusi kepada masyarakat di Cikarang, Kabupaten Bekasi.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di *Co-working space* JNE Cibitung yang merupakan mitra dari program pendampingan UMKM Naik Kelas Kabupaten Bekasi. Kegiatan PKM ini merupakan kegiatan rutusnya melakukan kolaborasi dengan Universitas Presiden dan masyarakat di sekitar Cikarang. Peserta pada kegiatan pelatihan ini adalah masyarakat di sekitar Cikarang untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan tambahan. Kegiatan ini juga bermanfaat untuk pengembangan usaha rumahan untuk mendapatkan pendapatan tambahan. Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dalam 1 hari pada hari Selasa, 22 Oktober 2024 sekitar 2-3 jam pelaksanaan.

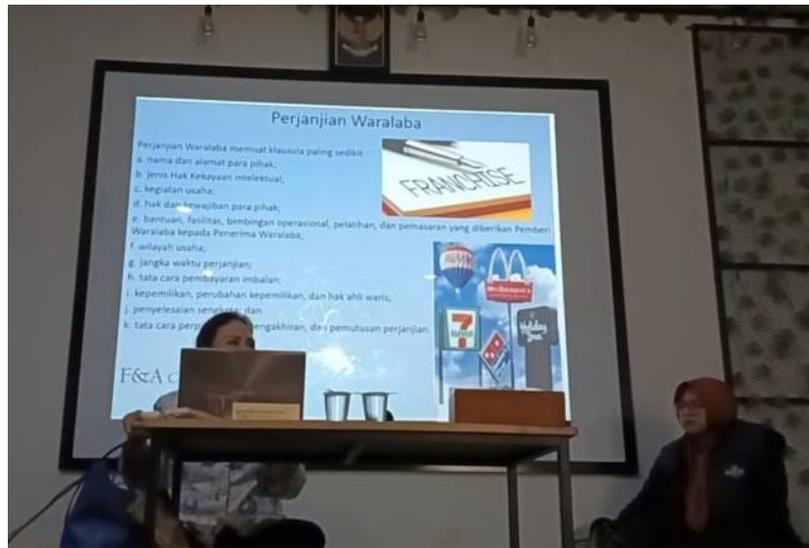
Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pembagian materi oleh anggota pengabdian dan melalui sesi tanya jawab secara offline. Para UMKM Naik Kelas yang sudah melakukan usaha waralaba juga yang ingin melakukan usaha waralaba diundang untuk hadir sehingga ilmu dari diberikan berkesesuaian dengan kebutuhan. Sesi kedua, terdiri dari pertanyaan peserta dan tanggapan narasumber, dilanjutkan dengan sesi penyampaian konten. Dalam diskusi ini, hadirin menyampaikan sejumlah permasalahan, seperti tata cara pembagian keuntungan, persyaratan untuk waralaba, apa saja produk dan jasa yang bisa di lakukan waralaba, dan lain-lain.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan Tatacara dan Hukum Kemitraan Waralaba ini dihadiri oleh 22 UMKM Naik Kelas yang sudah melakukan kegiatan waralaba juga yang berkeinginan untuk melakukan usaha waralaba. Jenis usaha yang dilakukan merupakan kategori makanan seperti es teh kemasan, makanan siap saji, produk kuliner, juga makanan beku (*frozen*). Fennieka menyebutkan bahwa pendirian sebuah perusahaan tidak selalu memerlukan sejumlah besar uang tunai. UMKM dapat mengundang rekan-rekan untuk bergabung dalam bisnisnya untuk membeli hak waralaba bisnis. Beliau juga menekankan bahwa tidak pernah terlambat bagi pengusaha di UMKM untuk mendapatkan lisensi waralaba guna mengembangkan perusahaan mereka tanpa perlu mengeluarkan sejumlah besar uang tunai. Namun demikian, Fennieka menekankan kepada anggota UMKM bahwa mereka harus bertindak dengan hati-hati dan meneliti secara menyeluruh masalah hukum terkait waralaba dan memastikan untuk memiliki pengetahuan yang solid tentang peraturan yang mengatur perjanjian waralaba. Karena jika suatu hal buruk terjadi, ada kemungkinan perusahaan akan gagal jika pelanggan Anda memutuskan untuk membawa permasalahan ke pengadilan.

Dalam sesi pemberian materi, Fennieke memberikan informasi mengenai apa saja yang perlu dimuat dalam klausula perjanjian Waralaba dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini. Informasi yang dicantumkan atau disajikan dalam dokumen perjanjian waralaba mencakup berbagai aspek penting yang menjadi dasar hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchise*). Informasi ini biasanya meliputi hak dan kewajiban masing-masing pihak, rincian tentang penggunaan merek dagang, standar operasional, biaya atau royalti yang harus dibayarkan, durasi perjanjian, serta ketentuan terkait pembaruan atau pengakhiran kerja sama. Selain itu, dokumen ini

juga memuat penjelasan mengenai pelatihan, dukungan operasional, dan tanggung jawab dalam menjaga reputasi bisnis yang dijalankan sesuai dengan sistem waralaba yang telah ditetapkan.



Gambar 1. Sesi penyampaian materi

Pada sesi tanya jawab dan diskusi, para pelaku UMKM menyadari bahwa tidak semua aspek operasional harus dilakukan secara mandiri untuk mendukung perkembangan usaha mereka. Dengan mengadopsi sistem waralaba, UMKM dapat lebih memusatkan perhatian dan sumber daya pada proses produksi, memastikan kualitas produk tetap terjaga, serta inovasi dalam pengembangan produk. Sementara itu, tugas pemasaran dan penjualan diserahkan kepada mitra pewaralaba yang memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar dan mendistribusikan produk kepada konsumen. Kolaborasi ini tidak hanya mempercepat pertumbuhan usaha tetapi juga memungkinkan UMKM untuk membangun jaringan yang lebih luas tanpa harus menghadapi semua tantangan sendirian.



Gambar 2. Foto bersama Peserta Pelatihan dan Narasumber

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah upaya nyata untuk menciptakan dampak positif pada lingkungan sekitar. Dengan tekad kuat untuk memberikan kontribusi yang berkelanjutan. Kegiatan seperti ini perlu dilakukan berkala dan mendalam dalam hal pembinaan, pelatihan maupun pendampingan kepada UMKM di Cikarang, kabupaten Bekasi dalam upaya meningkatkan kualitas dan profesionalisme pelaku UMKM yang bermitra. Selain itu, diperlukan jiwa entrepreneur pada pelaku UMKM agar selalu bisa menciptakan produk yang inovatif, unik, memiliki packaging yang menarik dan memiliki pengetahuan pemasaran yang memadai (Sulistyowati dkk, 2017).

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh peserta kegiatan yang merupakan para UMKM dan tim pendamping dari program UMKM Naik Kelas dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat untuk wilayah Kabupaten Bekasi. Nara sumber yang merupakan dosen di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Presiden yang telah memfasilitasi berjalannya kegiatan ini. Juga Lembaga Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas President yang mendukung terlaksananya kegiatan ini.

Referensi

- Aida, M., Putri, R. W., Putri, Y. M., Subandi, A. Y., & Asnawi, S. (2024). TATA KELOLA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes) DESA BANDAR SAKTI. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 121-128.
- Pelupessy, E., Mambaya, M., Sawen, K., Kaplele, F., & Mulyadi, D. (2024). Penyuluhan Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Kecil Masyarakat Lokal Di Distrik Abepura. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 106-113.
- Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Kaleb, S. V., Praditya, A. A., Rahman, M. A. S., Setyaji, G. A., Aditia, A., Widatama, K., ... & Pramitasari, R. (2024). Pelatihan Kiat Menjadi Pelaku UMKM yang Lebih Maju. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan dan Teknologi Masyarakat*, 2(2), 113-119.
- Rahayu, E. S. (2010). Kemitraan Usaha Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UKM (Usaha Kecil Menengah)(Studi di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah Econosains*, 8(2), 123-130.
- Sulistyowati, E., Prasetya, T. B., & Widyastuti, N. (2017, November). Potret Kemitraan Toko Modern Berjejaring Dengan Umkm Lokal di Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*.