

BAB IV

WARALABA DI INDONESIA

A. Pengaturan Waralaba di Indonesia

Guna mengatur perkembangan bisnis waralaba yang semakin pesat di Indonesia, Pemerintah saat ini telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah nomor 42 Tahun 2007 atau PP 42/2007 tentang waralaba yang merupakan pengganti dari PP 16/1997. Aturan yang terdapat pada PP 42/2007 lebih tegas mencantumkan adanya 6 kriteria yang harus dimiliki sebuah usaha agar dapat digolongkan usaha waralaba.

PP 42/2007 tentang waralaba selanjutnya dijabarkan lebih lanjut dalam tiga Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) yang mengatur tentang waralaba yaitu:

1. Permendag nomor 53/M-dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba
2. Permendag nomor 68/M-dAg/Per/10/2012 tentang Waralaba untuk Jenis Usaha Toko Modern, dan
3. Permendag nomor 07/M-daag/Per/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Makanan dan Minuman.

Aturan bersifat umum terdapat pada Permendag 53/2012 mengatur penyelenggaraan waralaba secara umum antara lain aturan tentang kriteria waralaba, ruang lingkup waralaba, surat tanda pendaftara waralaba (STPW), propektus waralaba, perjanjian waralaba, penyelesaian sengketa (*clean break*), pembentukan tim penilai, kewajiban menggunakan bahan baku dan peralatan usaha serta menjual barang dagangan dari dalam negeri 80%, pemberi dan penerima waralaba dapat menjual barang pendukung usaha utama maksimal 10% dari total jumlah jenis barang yang dijual, kewenangan penerbitan STPW, pembinaan waralaba, pengawasan waralaba, pelaporan waralaba, dan ketentuan tentang sanksi administratif.

Aturan bersifat khusus terdapat pada Permendag 68/2012 dan 07/2013. Permendag 68/2012 diterbitkan guna membatasi jumlah gerai waralaba toko modern (termasuk jaringan minimarket) yang

dapat dimiliki sendiri oleh pemilik waralaba atau pemberi waralaba (*franchisor*). Berdasarkan aturan Permendag 68/2012 ini, pemberi waralaba (*franchisor*) hanya diperbolehkan mempunyai gerai milik sendiri (*company owned outlet*) maksimal 150 unit dan jumlah selebihnya harus diwaralabakan dengan pihak lain selaku mitra usaha.

Pembatasan jumlah gerai milik sendiri juga diberlakukan pada jaringan waralaba kuliner berdasarkan Permendag 07/2013. Jenis usaha jasa makanan dan minuman yang diatur meliputi restoran, rumah makan, bar/rumah minum, dan kafe. Sesuai aturan Permendag 07/2013, pemberi dan penerima waralaba kuliner hanya diizinkan mempunyai gerai milik sendiri (*company owned outlet*) maksimal 250 unit dan jumlah selebihnya harus diwaralabakan dengan pihak lain atau mengajak pihak lain bekerja sama sebagai mitra penyerta modal. Untuk nilai investasi kurang atau sama dengan Rp 10 miliar, maka jumlah penyertaan modal pihak lain ditetapkan minimal 40%. Sedangkan jika nilai investasi lebih dari Rp 10 miliar, jumlah penyertaan modal pihak lain ditetapkan sebesar minimal 30%.

Pembatasan jumlah gerai milik sendiri dimaksudkan agar tercipta iklim usaha waralaba yang sehat sehingga tidak sampai menjurus pada praktik monopoli yang dapat mematikan para pelaku usaha dalam negeri khususnya UMKM. Pembatasan tersebut juga diperlukan guna mendorong para pemilik waralaba khususnya dari luar negeri agar mau menggandeng mitra lokal sebanyak-banyaknya. Dengan cara demikian akan tercipta banyak kesempatan berusaha khususnya bagi pengusaha UMKM yang selama ini sering mengalami kendala dalam berekspansi.

Dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 memuat waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas usaha
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan

6. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar

Orang perseorangan atau badan usaha dilarang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba untuk nama usaha dan/atau kegiatan usahanya, apabila tidak memenuhi kriteria tersebut diatas.

Kegiatan waralaba harus mempunyai kriteria pertama, yaitu berupa ciri khas usaha yang berarti suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru atau dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan yang membuat konsumen selalu mencari ciri khas tersebut. Misalnya keunikan sistem manajemen, cara yang khas dalam penjualan-pelayanan-penataan, atau cara distribusi yang bersifat khusus dari pemberi waralaba.

Kegiatan waralaba harus mempunyai kriteria kedua, yaitu terbukti sudah memberikan keuntungan dengan artian menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan. Syarat kedua ini adalah syarat yang sangat logis diterapkan, sebab tujuan pendirian waralaba haruslah untuk berbagi keuntungan dengan para penerima waralaba. Perusahaan yang belum terbukti memberikan keuntungan memadai dalam waktu minimal 5 tahun tidak layak untuk membuat jaringan usaha waralaba.

Kegiatan waralaba harus mempunyai kriteria ketiga, yaitu memiliki standar tertulis atas pelayanan serta standar tertulis atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Standar semacam ini adalah standar yang dibuat secara tertulis oleh pemberi waralaba dengan maksud agar penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama standarnya. Standar ini dinamakan Prosedur Operasional Standar atau *Standard Operational Procedure* (SOP).

Kegiatan waralaba harus memenuhi kriteria keempat, yaitu mudah diajarkan dan diaplikasikan dengan maksud mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat

melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba. Syarat ini penting diberlakukan agar bisnis waralaba benar-benar menjadi kegiatan bisnis yang memiliki jaringan luas dan dapat menjangkau segala lapisan pelaku usaha, termasuk pengusaha UMKM. Bisnis waralaba yang sulit diajarkan dan diaplikasikan tentu saja tidak akan diminati oleh para calon penerima waralaba sehingga akan sulit berkembang.

Bisnis waralaba harus memenuhi kriteria kelima, yaitu adanya dukungan yang berkesinambungan yang dimaksud adalah dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus-menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi. Tanpa adanya dukungan yang berkesinambungan, usaha yang dikembangkan para penerima waralaba akan sulit berkembang. Pemberi waralaba (*franchisor*) yang jarang melakukan promosi dapat menurunkan minat konsumen membeli produk di gerai-gerai waralaba sehingga hal ini tentu saja sangat merugikan usaha para penerima waralaba.

Bisnis waralaba sangat berkaitan dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Bisnis waralaba berkaitan dengan pemberian lisensi HAKI, dari pemberi waralaba (pemilik HAKI) kepada penerima waralaba, yang kemudian diikuti pembayaran royalti oleh penerima waralaba. HAKI tersebut dapat berupa Hak Cipta, Merek, Paten Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST), Rahasia Dagang, dan Perlindungan Varietas Tanaman (PVT). Namun dalam praktiknya, jenis HAKI yang banyak dilisensikan dalam bisnis waralaba saat ini adalah lisensi Hak Merek dan lisensi Sistem Bisnis (Rahasia Dagang).

Perjanjian lisensi HAKI harus didaftarkan ke Ditjen HKI. Tidak hanya perjanjian lisensi HAKI yang perlu didaftarkan di Ditjen HKI, tetapi juga HAKI itu sendiri agar mendapat Sertifikat HAKI yang berfungsi sebagai tanda bukti hak milik. Namun demikian, khusus Hak Cipta dan Rahasia Dagang tidak wajib didaftarkan, kecuali jika hak itu akan dibuatkan perjanjian lisensi. Pengakuan Negara terhadap Hak Cipta bersifat otomatis sejak karya cipta tersebut muncul ke dunia nyata.

Hal tersebut di atas menjadi dasar mengapa dalam bisnis waralaba diwajibkan adanya kriteria keenam, yaitu Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar meliputi dua hal terdiri dari pendaftaran HAKI untuk mendapatkan sertifikat HAKI dan pendaftaran perjanjian lisensi HAKI. Tanpa adanya pendaftaran ke instansi berwenang, HAKI dan perjanjian lisensi HAKI tidak memiliki akibat hukum terhadap pihak ketiga.

HAKI yang sudah didaftarkan dan memperoleh sertifikat adalah HAKI yang sudah memperoleh pengakuan resmi dan perlindungan hukum dari negara. Berbekal sertifikat HAKI itulah, para pemberi waralaba selaku pemilik HAKI dapat membuat perjanjian lisensi HAKI dengan pihak lain. Perjanjian lisensi HAKI yang telah dibuat, sesuai ketentuan UU di bidang HAKI, harus didaftarkan kepada Ditjen HKI. Salah satu syarat pendaftaran lisensi HAKI adalah pemilik HAKI (pemberi waralaba) harus sudah memiliki Sertifikat HAKI sebagai bukti hak kepemilikan. Dengan kata lain, jika pemberi waralaba belum mendapatkan sertifikat HAKI, maka dia belum bisa mendaftarkan perjanjian lisensi HAKI kepada Ditjen HKI.

Selain itu aturan perihal “HAKI yang sedang dalam proses pendaftaran” bisa saja dijadikan sebagai salah satu kriteria waralaba jika permohonan pendaftaran HAKI yang dilakukan oleh pemberi waralaba telah mendapatkan kepastian diterima oleh Ditjen HKI, namun masih menunggu keluarnya Sertifikat HAKI. Aturan ini juga masih menimbulkan kerawanan karena pemberi waralaba masih belum dapat mendaftarkan perjanjian lisensi HAKI karena Sertifikat HAKI belum dikeluarkan secara resmi. Perjanjian lisensi HAKI yang tidak didaftarkan kepada Ditjen HKI tidak akan berakibat hukum kepada pihak ketiga sehingga dapat merugikan penerima waralaba. Untuk menyikapi masalah ini, penerima waralaba disarankan agar hanya mengikuti waralaba yang telah memiliki sertifikat HAKI serta memiliki perjanjian lisensi HAKI yang telah terdaftar di Ditjen HKI.

B. Waralaba dan Persaingan Usaha

Permendag 31/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba saat ini telah direvisi oleh Menteri Perdagangan menjadi Peraturan

Menteri Perdagangan RI nomor 53/M-DAG/Per/8/2012 (Permendag 53/2012). Beberapa poin penting yang direvisi antara lain aturan tentang pengurusan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) bagi para pemberi waralaba (*franchisor*), baik berasal dari luar negeri maupun dalam negeri, yang saat ini dipusatkan semuanya di Kementerian Perdagangan RI. Hal ini disebabkan aturan lama dinilai terlalu mempermudah pendirian waralaba lokal sehingga banyak yang gulung tikar karena rendahnya syarat kemampuan manajemen dan keuangan.

Namun demikian, Permendag 53/2012 tetap memberikan kemudahan pemberian izin STPW khususnya bagi para penerima waralaba lokal dan penerima waralaba lanjutan, dimana mereka dapat mengurus izin STPW melalui Dinas Perdagangan yang ada di Kabupaten/Kota. Kemudahan ini diberikan mengingat kebanyakan penerima waralaba (*franchisee*) berasal dari kalangan pengusaha UMKM.

Aturan Permendag terbaru juga mewajibkan pemberi waralaba dan penerima waralaba menggunakan bahan baku, peralatan usaha dan menjual barang dagangan produksi dalam negeri minimal 80%. Aturan ini tentu saja dapat berdampak positif khususnya bagi para pelaku usaha lokal sehingga mereka dapat diprioritaskan menjadi pemasok bahan baku ke jaringan waralaba asing di Indonesia. Aturan ini diharapkan juga dapat meningkatkan penggunaan produk buatan dalam negeri.

Pemberi waralaba (*franchisor*) juga diharuskan bekerja sama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang/jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh penerima waralaba. Aturan Pasal 20 Permendag 53/2012 ini diharapkan dapat menggairahkan kegiatan bisnis sektor UMKM di daerah setempat, sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan waralaba dengan pengusaha setempat.

Gerai waralaba milik sendiri (*company owned unit*) juga dibatasi, khususnya pada waralaba minimarket dan waralaba makanan-minuman. Pembatasan ini diperlukan karena saat ini

banyak ditemui perusahaan pemberi waralaba asing yang memiliki gerai (*outlet*) milik sendiri hingga ratusan bahkan ribuan unit. Pengusahaan yang terlalu berlebihan terhadap gerai waralaba oleh pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dapat mengurangi peluang usaha para mitra pengusaha lokal.

Dengan aturan yang baru ini, pihak pemilik waralaba asing mau tidak mau akan dipaksa untuk memperbanyak mitra lokal selaku penerima waralaba. Kebijakan ini juga selaras dengan prinsip usaha waralaba yang mendorong pemberi waralaba mendistribusikan hak kepada para pelaku usaha yang lain untuk menggunakan sistem bisnis dan HAKI dalam jangka waktu tertentu.

Pembatasan gerai waralaba toko modern (khususnya minimarket) diatur dalam Permendag nomor 68/M-dag/Per/10/2012 tentang Waralaba untuk Jenis Usaha Toko Modern. Pemberi waralaba dan penerima waralaba toko modern hanya diizinkan memiliki gerai milik sendiri paling banyak 150 unit. Jika perusahaan tersebut ingin menambah jumlah gerai lebih dari 150 unit, maka tambahan gerai tersebut wajib diwaralabakan dengan pihak lain. Persentase jumlah gerai yang diwaralabakan ditetapkan paling sedikit 40% dari jumlah gerai yang ditambahkan. Disamping itu juga diwajibkan menyediakan dagangan produksi dalam negeri paling sedikit 80% dari jumlah dan jenis barang yang diperdagangkan.

Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan juga melakukan pembatasan jumlah gerai waralaba makanan-minuman sesuai Permendag nomor 7/M-dag/Per/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman. Ruang lingkup jenis usaha jasa makanan dan minuman yang dimaksud meliputi restoran, rumah makan, bar/rumah minum, kafe.

Pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk jenis usaha restoran. Rumah makan, bar/rumah minum dan kafe, dapat mengembangkan usahanya melalui:

1. Gerai yang dimiliki sendiri (*company owned outlet*)
2. Gerai yang diwaralabakan
3. Gerai yang dikerjasamakan dengan pola penyertaan modal.

Pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk jenis makanan-minuman milik sendiri paling banyak 250 unit, dan jika ingin memiliki gerai lebih dari itu, maka tambahan gerai tersebut harus diwaralabakan atau dikerjasamakan dengan pola penyertaan modal. Kerjasama penyertaan modal diatas diatur sebagai berikut:

- a. Jika nilai investasi kurang atau sama dengan Rp 10 miliar, maka jumlah penyertaan modal pihak lain paling sedikit sebesar 40%.
- b. Jika nilai investasi lebih dari Rp 10 miliar, maka jumlah penyertaan modal pihak lain paling sedikit sebesar 30%.

Pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk jenis usaha makanan-minuman, diwajibkan mengutamakan pengusaha UMKM di daerah setempat guna dijadikan mitra usaha, baik sebagai penerima waralaba maupun sebagai mitra penyerta pemodal. Pemberi waralaba maupun penerima waralaba meskipun terikat dengan perjanjian waralaba, keduanya masih mempunyai kemandirian dalam berusaha. Hubungan bisnis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba adalah hubungan yang bersifat “kemitraan” sehingga kedua belah pihak berstatus sejajar/sederajat. Penerima waralaba bukanlah “anak buah”, “unit usaha”, atau “cabang usaha” dari pemberi waralaba. Pemberi waralaba dan penerima waralaba adalah dua perusahaan yang terpisah.

C. Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan yang berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya, serta ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*.

Berlakunya Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain.

Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Dalam setiap model perjanjian waralaba sekurang-kurangnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

1. Adanya minimal dua pihak, yaitu pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*, dimana pihak *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba, sementara pihak *franchisee* merupakan pihak yang menerima bisnis waralaba tersebut.
2. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari *franchisor*.
3. Adanya kerja sama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara pihak *franchisor* dengan *franchisee*.
4. Dipunyainya unit usaha tertentu (*outlet*) oleh pihak *franchisee* yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak *franchisor*.
5. Terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee*.

Setiap perjanjian waralaba memiliki tiga prinsip, yaitu harus jujur dan jelas, tiap pasal dalam perjanjian harus adil, serta isi dari perjanjian dapat dipaksakan berdasarkan hukum.

Perjanjian waralaba harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut:

1. Kesepakatan kerja sama waralaba tertuang dalam perjanjian waralaba yang disahkan secara hukum.
2. Kesepakatan kerja sama ini menjelaskan secara rinci semua hak dan kewajiban, serta tugas dari *franchisor* dan *franchisee*.
3. Masing-masing pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk beberapa negara dijadikan syarat, mendapatkan nasihat dari ahli hukum yang kompeten untuk memahami isi dari perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya.

Seperti yang telah dijelaskan, dalam kebanyakan sistem waralaba, *franchisee* mempunyai hak atas:

1. Logo merek dagang (*trade merk*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwil*) yang terkait dengan merek dan/atau nama tersebut.
2. Format/pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk buku pegangan (*manual*), yang sebagian isinya adalah rahasia usaha.
3. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain, dan program khusus.

Hal-hal yang berhak dimiliki *franchisee* tersebut harus tercantum dalam perjanjian waralaba sehingga perjanjian tersebut bersifat sebagai berikut:

1. Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (*legal agreement*).
2. Memberi kemungkinan *franchisor* untuk tetap memiliki hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut.
3. Memberi kemungkinan *franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya.
4. Hak, kewajiban, dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh *franchisee*.

Franchisor juga berkewajiban untuk mengembangkan paket usaha yang semuanya tertuang secara rinci dalam perjanjian waralaba. Secara garis besar, pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut:

1. Hak yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, serta wilayah kegiatan dan hak lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
2. Kewajiban dari *franchisee* sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh *franchisor* pada saat *franchisee* memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.

3. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak *franchisee* kepada pihak lain. Bila *franchisee* tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.
4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak.

D. Kewajiban Pajak dalam Waralaba

1. Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan akan dikenakan PPh 23 sebesar 15% atas pembayaran imbalan (*royalty fee*) yang diperoleh oleh pemberi waralaba. Apabila pemberi waralaba merupakan perwakilan perusahaan luar negeri lainnya yang mendapatkan penghasilan atas *royalty fee*, maka akan dikenakan PPh 26 sebesar 20%. Perlakuan pajak tergantung pada perjanjian pajak antar negara (negara yang berhak memajaki adalah negara sumber atau negara domisili) dan ketentuan *distributive rules* (pembagian hak pemajakan) mengenai royalti pada Perjanjian Penghindaran Pajak Berganda (P3B) antara Indonesia dengan negara lain.
2. Mengenai laba usaha atau penghasilan yang diperoleh oleh orang pribadi dari bisnis waralaba. Jika kurang dari Rp. 4.800.000.000 pada satu tahun pajak, maka akan dikenakan tarif PPh Final 0,5% dari omzet berdasarkan Peraturan Pemerintah No.23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
Sementara, apabila penghasilan melebihi Rp. 4.800.000.000 pada satu tahun pajak, wajib pajak dikenakan tarif sesuai ketentuan Pasal 17 Undang-Undang No.36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan yaitu untuk orang pribadi sampai pada tarif progresif 30%.
Jika laba usaha bisnis waralaba diperoleh oleh badan, maka mengacu pada Pasal 17 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, apabila laba usaha melebihi Rp. 50.000.000.000 akan mendapatkan fasilitas pengurangan pajak sebesar 50%, sehingga tarif yang dibayar menjadi 25%. Jika laba

usahanya kurang dari Rp.50.000.0000.000, maka tarifnya menjadi 25%.

3. Apabila bisnis waralaba berbentuk badan dan mempekerjakan tenaga kerja, bisnis waralaba akan memotong PPh 21 atas penghasilan karyawan apabila penghasilan karyawan melebihi PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak) sebesar Rp. 4.500.000 perbulan atau Rp. 54.000.000 pertahun. Selengkapnya, tarif pajak penghasilan orang pribadi 5%, 15%, 25%, dan 30% tergantung jumlah penghasilan.