

BAB I PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dalam era globalisasi mengalami persaingan yang ketat, sehingga dunia usaha berkembang semakin pesat. Hal ini menuntut setiap pengusaha maupun perusahaan untuk berlomba melebarkan sayap usahanya, baik secara internasional maupun nasional guna memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa harus menghadapi risiko yang besar. Kemudian banyak pengusaha maupun perusahaan yang bermaksud mengembangkan usahanya dengan melakukan berbagai cara, diantaranya melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor-impor, pemberian lisensi, *franchise* atau waralaba, membentuk perusahaan patungan (*joint venture*), maupun melakukan penanaman modal secara langsung.

Hubungan-hubungan bisnis tersebut dilakukan karena mempunyai kepentingan dan tujuan sendiri-sendiri. Secara pasti tujuan para pengusaha melakukan hubungan bisnis dimaksudkan untuk saling mencari keuntungan satu sama lain. Selain itu tujuan dari dilakukannya hubungan bisnis tersebut juga bermaksud untuk mempercepat proses pemasaran produk yang dihasilkan ke masyarakat luas. Serta untuk membantu pihak lain memasarkan produknya karena keterbatasan kemampuan untuk berbisnis atau karena masalah permodalan, serta tujuan-tujuan lainnya.

Para pengusaha yang ingin melebarkan format bisnisnya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi dan tidak menanggung risiko yang besar dalam

persaingan dunia bisnis akan lebih cenderung menggunakan sistem waralaba (*franchise*) sebagai format bisnis yang aman, karena dengan menggunakan *franchise* maka pengusaha dapat melakukan perluasan kegiatan tanpa melakukan investasi sendiri. Dan akan mendapatkan nilai jual lebih tinggi dari mitra usahanya dan mendapatkan royalti atas hak kekayaan intelektual yang dipergunakan. Risiko yang diterima oleh pemberi waralaba (*franchisor*) serta mitra usahanya tidak terlalu berisiko, hal ini dikarenakan adanya sistem yang telah teruji secara menyeluruh dalam dunia bisnis.

Franchising pada saat ini telah menjadi kenyataan di negara Indonesia. Kini lembaga itu tidak saja diakui sebagai alat untuk mendorong investasi pada skala internasional, tetapi juga sebagai teknik pemasaran yang membantu perkembangan bisnis kecil lokal.¹

Konsep bisnis yang terdapat di dalam waralaba merupakan metode bisnis yang sudah teruji serta merupakan metode dasar dalam menjalankan bisnis secara sukses yang seluruh aspek-aspeknya berasal dari pemberi waralaba yang tertuang dalam cetak biru sebagai dasar pengelolaan waralaba format bisnis. Pemberian lisensi terhadap penerima waralaba, dan mempunyai kewajiban menggunakan sistem operasionalnya untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih menjadi terlatih dalam bisnis dengan adanya bantuan yang terus-menerus atas dasar yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 tentang waralaba :

¹ Soejarto, Aspek Masalah Hukum dan Ekonomi Aspek Dasar, III, 154

- (1) Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba.
- (2) Pemberi waralaba memberikan pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada penerima waralaba.

Proses bantuan serta bimbingan yang terus menerus dari pihak pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dalam menjalankan usahanya dengan cara pelatihan penggunaan peralatan khusus, metode pemasaran, penyiapan produk, dan penerapan proses, serta adanya biaya periklanan (*Advertising Fee*) yang besarnya 7,5% dari penjualan akan lebih menunjang dalam proses usaha waralaba. Meskipun demikian tidak semua *franchisor* menggunakan *advertising fee* kepada *franchisee*nya.

Alasan dari adanya *advertising fee* adalah kenyataan bahwa tujuan dari jaringan waralaba adalah membentuk satu skala ekonomi yang demikian besar sehingga biaya-biaya tiap outlet menjadi sedemikian efisiensinya untuk bersaing dengan usaha sejenis. Mengingat *advertising fee* merupakan pos pengeluaran yang dirasakan manfaatnya oleh semua jaringan, maka setiap anggota jaringan (*franchisee*) diminta untuk memberikan kontribusi dalam bentuk *advertising fee*.²

Franchise merupakan perjanjian yang melibatkan dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Lembaga pendidikan SSCIntersolusi dalam melakukan

² S. Muharam, Smfr@nshise, Oktober 2002.

pengembangan usahanya menggunakan *franchise* format bisnis. Lembaga pendidikan SSCIntersolusi Yogyakarta sebagai pemilik saja yang mengembangkan paket usaha dalam bidang bimbingan belajar dalam perjanjian *franchise* berkedudukan sebagai *franchisor* dan pihak investor yang bermaksud mempergunakan merk jasa lembaga pendidikan SSCIntersolusi berkedudukan sebagai *franchisee*. Bentuk dari perjanjian *franchise* adalah standar yaitu perjanjian yang telah dibuat secara baku (form standar) sehingga perjanjian antara *franchisor* dengan *franchisee* yang satu dengan yang lain adalah sama. Dengan menggunakan perjanjian yang berbentuk standar maka lembaga pendidikan SSCIntersolusi sebagai *franchisor* yang mengeluarkan perjanjian tersebut tidak terlalu membuka kesempatan kepada calon *franchisee* untuk melakukan negosiasi apa yang akan disepakati untuk dituangkan dalam *franchise* format bisnis.

Dalam perjanjian *franchise* format bisnis seorang pemegang *franchise* (*franchisee*) memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi spesifik, dengan menggunakan standar operasional dan pemasaran dari *franchisor*. Pihak *franchisor* mempunyai kewajiban untuk memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek perjanjian *franchise*, memberikan hak untuk menggunakan merk dagang atau nama serta memberikan bantuan berupa pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada *franchisee*. Dengan dilaksanakannya kewajiban ini maka *franchisee* berhak untuk

memperoleh pembayaran *royalty*, memperoleh laporan secara berkala dari *franchisee*, melakukan pengawasan atas pelaksanaan perjanjian *franchis*, melakukan inspeksi pada daerah kerja *franchisee*, mewajibkan kepada *franchisee* untuk tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa atau secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan usaha yang dimiliki oleh *franchisor*.

Pada sisi lain pihak *franchisee* yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha *franchisor* menurut tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang suatu produk finansial baginya. Ini berarti waralaba (*franchise*) sesungguhnya juga hanya memiliki suatu aspek yang diidamkan baik oleh pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.³

Hal-hal yang diatur oleh perjanjian merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi *das sein* menyimpang dari *das sollen*. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera di dalam perjanjian waralaba, jika karena adanya wanprestasi salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemudian pihak yang dirugikan mendapatkan

³ Gunakan Widjaja, Seri Hukum Bisnis Waralaba, Hlm.5.

ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan pihak yang dirugikan mendapatkan ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum positif Indonesia.

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Wanprestasi dari pihak *franchisee* dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan *franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba, dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak *franchisor* dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak melakukan pembinaan kepada *franchisee* sesuai dengan yang diperjanjikan, tidak mau membantu *franchisee* dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralaba, dan lain-lain.

Berdasarkan alasan tersebut di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perjanjian *franchise* dengan judul "Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* Format Bisnis Antara *Franchisee* Dengan Lembaga Pendidikan SSCIntersolusi Sebagai *Franchisor*".

Dengan berdasar pada latar belakang yang telah penulis uraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dijadikan dasar penelitian, yaitu :
Tindakan apakah yang diambil oleh *franchisor* apabila *franchiseenya* tidak memenuhi standar operasional?

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Obyektif

Untuk mengetahui bagaimana tindakan *franchisor* apabila *franchiseenya* tidak memenuhi standar operasional.

2. Tujuan Subyektif

Tujuan subyektif dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana hukum dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Untuk memperoleh bahan dan data diperlukan penelitian, dengan metode sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari berbagai peraturan perundang-undangan, literatur, tulisan ilmiah, artikel-artikel dan teori-teori yang berkaitan dengan obyek penelitian.

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

2. Peraturan pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang waralaba

3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI

No.259/MPP/Kep/7/1997 tentang ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan

Pendaftaran Usaha Waralaba.

b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai hukum primer, terdiri dari:

1. Buku-buku yang membahas tentang perjanjian
2. Buku-buku yang membahas tentang *franchise* atau waralaba
3. Tulisan ilmiah yang berkaitan dengan materi penelitian

2. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan pada suatu lokasi atau obyek, yang ditentukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan tujuan penelitian.

a. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.

b. Responden Penelitian

1. Pimpinan SSCIntersolusi Yogyakarta (*franchisor*)
2. Pegawai di SSCIntersolusi Yogyakarta bagian *franchise* (*franchisee*)

3. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang penulis gunakan adalah wawancara yaitu dengan cara melakukan tanya jawab untuk mendapatkan keterangan atau informasi-informasi dari individu-individu tertentu dengan berdasar pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya.

4. Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka data tersebut akan disusun secara

dengan menjelaskan dan menggambarkan secara tepat dan jelas sesuai dengan apa yang diperoleh dari teori maupun dari hasil penelitian, serta dinyatakan oleh responden secara lisan kualitas atau benar tindakan jawaban.

Berdasar Analisis data yang telah dikemukakan di atas, maka penulisan skripsi ini akan dibuat dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

BAB II. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

Dalam Bab ini membahas tentang: Pengertian Perjanjian, Asas-asas Hukum Perjanjian, Syarat Syahnya Perjanjian, Jenis-jenis Perjanjian, Pelaksanaan Perjanjian, Wanprestasi dan Akibat Hukumnya, Hapusnya atau Berakhirnya Perjanjian.

BAB III. Tinjauan Tentang *Franchise* dan Tinjauan Umum Tentang Perjanjian *Franchise*

Dalam Bab ini membahas tentang: Pengertian *Franchise*, Bentuk-bentuk *Franchise*, Pengertian Perjanjian *Franchise*, Asas-asas Perjanjian *Franchise*, Subyek dan Obyek Perjanjian *Franchise*, Saat Lahirnya Perjanjian *Franchise*, Masa Berlakunya Perjanjian *Franchise*, Jenis Usaha yang Dapat di-*franchise*-kan, Bentuk Perjanjian *Franchise*, Pokok-pokok yang Diatur dalam Perjanjian *Franchise*, Berakhirnya Perjanjian *Franchise*.

BAB IV. Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* Format Bisnis Antara *Franchise* dengan Lembaga Pendidikan SSCIntersolusi Sebagai Franchisor

Dalam Bab ini membahas tentang: Hak dan Kewajiban Para Pihak, Tindakan *Franchisor* apabila *franchisee*-nya melakukan wanprestasi.

BAB V. Penutup

Dalam Bab ini membahas tentang: Kesimpulan dan Saran