

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia telah memasuki era globalisasi, sehingga dunia usaha dituntut untuk berkembang semakin pesat. Hal ini dimulai dengan perdagangan bebas Asean (AFTA) pada tahun 2003, dilanjutkan dengan perdagangan bebas Asia Pasific (APEC) pada tahun 2010 bagi negara-negara maju, dan paling lambat 2020 bagi negara-negara berkembang.

Kondisi yang demikian ini kemudian mengakibatkan banyak pengusaha maupun perusahaan yang bermaksud mengembangkan usahanya dengan melakukan berbagai cara, diantaranya melalui perdagangan dengan cara ekspor-impor, pemberian lisensi, *franchise* atau waralaba, membentuk perusahaan patungan (*joint venture*), maupun melakukan penanaman modal secara langsung. Dari berbagai macam pilihan bentuk kerjasama bisnis, usaha *franchising* merupakan salah satu bentuk pilihan bagi pengembangan usaha di Indonesia, karena dengan sistem usaha ini dapat dilakukan perluasan usaha dengan memanfaatkan dana pihak lain yang langsung berperan dalam pengembangan usaha tersebut.¹

Para pengusaha yang ingin melebarkan format bisnisnya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan tidak mengandung risiko yang besar dalam persaingan dunia bisnis akan lebih cenderung memilih dan menggunakan sistem *franchise* (waralaba). *Franchise* bagi kalangan usahawan

¹ Handowo Dipo, 1993, *Sukses Memperoleh Dana Usaha dengan ...*

merupakan alternatif menarik untuk meraup keuntungan, dapat melakukan perluasan kegiatan tanpa melakukan investasi sendiri dan akan mendapatkan nilai jual lebih tinggi dari mitra usahanya serta mendapatkan royalti atas hak kekayaan intelektual yang dipergunakan. Sedangkan bagi pengusaha pemegang *franchise*, kerjasama ini cukup praktis karena tidak perlu repot mengembangkan ide dan citra produk atau jasa yang akan dipasarkannya sudah jelas, yang perlu dilakukan adalah strategi pemasaran yang tepat. Pada dasarnya jika seorang usahawan melakukan kerjasama *franchise*, pengusaha tersebut tinggal “mendompleng” sukses nama *franchisor* yang sudah lebih dahulu sukses.²

Franchise (waralaba) merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama disebut *franchisor* dan pihak kedua disebut *franchisee*. Dalam menjalankan bisnis *franchise* (waralaba) *franchisor* dan *franchisee* melakukan perjanjian *franchise* yang menimbulkan hak dan kewajiban kedua belah pihak, kewajiban *franchisor* adalah memberikan lisensi kepada *franchisee*, yang didalamnya termaktub hak *franchisor* menyertakan logo, sistem operasional yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor* untuk dijalankan *franchisee*. Sedangkan hak *franchisee* adalah menerima lisensi dan kewajibannya adalah membayar royalti kepada *franchisor* serta menjaga kualitas barang dan jasa yang di-*franchise*.³

Bila ditinjau dalam KUH Perdata salah satu asas yang dianut adalah asas kebebasan berkontrak yang diatur pada Pasal 1338 ayat (1) ketentuannya yang

² S. Muharam, BH, 2008, *Petunjuk Praktis Kerjasama Franchise*, http://www.indonesia.com/sripo/2003/05/II/1105_gayl.htm Selasa 26 Februari (14:15:10).

³ S. Muharam, BH, 2008, *Istilah Waralaba*, <http://www>

berbunyi “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Artinya membuat atau tidak membuat perjanjian; mengadakan perjanjian dengan siapapun; menentukan isi perjanjian, pelaksanaan dan persyaratannya; menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.⁴

Sehubungan dengan asas kebebasan berkontrak ini dapat penulis kemukakan ketentuan yang diatur dalam ketentuan Undang-undang Nomor.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.⁵

Jika diperhatikan ketentuan mengenai Klausula Baku dalam Pasal 18 ayat (1) UUPK, maka ketentuan-ketentuannya bersifat membatasi atau mengurangi prestasi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dan mengurangi hak konsumen untuk melakukan penawaran terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Ketentuan yang diatur dalam UUPK ini merupakan ketentuan yang bersifat *lex specialis* terhadap ketentuan Pasal 1320 jo. Pasal 1337 KUH Perdata yang merupakan *lege generalis*-nya. Dengan demikian berarti semua perjanjian yang mengandung *causa* atau sebab yang terlarang yang terwajib dalam bentuk prestasi yang tidak diperkenankan untuk dilakukan menurut hukum, kesulilaan

⁴ G. W. J. O. 2004, *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Konsumen di Indonesia*, Jakarta

dan ketertiban umum, meskipun ia memuat atau tidak memuat Klausula Baku seperti yang diatur dalam Pasal 18 ayat (1) dan ayat (2) UUPK akan tetap batal demi hukum, dengan pengertian bahwa perjanjian tersebut tidak memiliki daya ikat, dan tidak dapat dipaksakan pelaksanaannya kepada debitor melalui mekanisme hukum yang berlaku.⁶

Lembaga Pendidikan Primagama dalam melakukan pengembangan usahanya menggunakan *franchise* format bisnis. Lembaga Pendidikan Primagama Yogyakarta sebagai pemilik yang mengembangkan paket usaha dalam bidang bimbingan belajar atau dalam perjanjian *franchise* berkedudukan sebagai *franchisor*, sedangkan pihak investor yang termasuk menggunakan merek jasa Lembaga Pendidikan Primagama berkedudukan sebagai *franchisee*. Secara umum perjanjian *franchise* berbentuk standar, dimana antara *franchisee* satu dengan *franchisee* yang lainnya dengan isi perjanjian yang dibuat dengan *franchisor* tidak berbeda. Dalam hal penyusunan perjanjian *franchise* antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* memuat semua syarat-syarat yang diperlukan dan semua bentuk pengendalian atau campur tangan yang diperlukan *franchisor* untuk menjaga keutuhan dari nama lisensi, serta pengendalian terhadap sistem dari usaha tersebut.

Sebagai *franchisor*, memiliki kewajiban dan hak-hak yang harus dipenuhi

3. Menyediakan manual pelaksanaan usaha yang biasa disebut standar operasional prosedur (SOP).
4. Menyediakan program pelatihan pada *franchisee*.
5. Memberikan bimbingan dan petunjuk untuk mengurus pendapatan perusahaan.
6. Memberikan materi-materi promosi atau iklan.
7. Memberikan metode pengajaran yang berlaku kepada *franchisee*.
8. Memberikan hak penggunaan nama, merek, jasa, logo kepada *franchisee*.
9. Memberikan bantuan tata manajemen dan pengelolaan usaha atas kewajiban yang diberikan.

Disamping harus memenuhi kewajiban-kewajibannya, *franchisor* memiliki hak-hak sebagai berikut :

1. Logo merek dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*) dan nama baik/ reputasi (*goodwill*) 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 dalam rahasia usaha.
3. Menerima pembayaran ongkos *franchising* berupa uang pangkal, royalti dan biaya-biaya lain yang diperjanjikan berkaitan dengan *franchising* seperti biaya jasa *franchising* dan biaya periklanan.
4. Hak-hak atas kekayaan intelektual lainnya.

Adapun kewajiban *franchisee* mencakup :⁸

1. Memberikan informasi akurat mengenai posisi keuangan *franchisee* kepada *franchisor*.
2. Mentaati pelaksanaan metode yang dikembangkan *franchisor*.
3. Memberikan izin agar usahanya dapat diperiksa secara independen.
4. Mengikuti pelatihan mengembangkan *franchising* sesuai dengan standar yang ditentukan.
5. Menjual hanya produk dan jasa yang telah disetujui.
6. Menggunakan bahan-bahan promosi periklanan.
7. Menjalankan manual operasi usaha sesuai dengan standar *franchisor*.

Sebagai *franchisee* berhak atas hak-hak sebagai berikut :⁹

1. Mendapatkan bantuan dalam pemilihan tempat usaha.
2. Pengembangan *franchising*.
3. Memperoleh manual pelaksanaan usaha yang biasa disebut standar operasional prosedur (SOP).
4. Memperoleh program pelatihan.
5. Mendapatkan bimbingan dan petunjuk untuk mengurus pendapatan perusahaan.
6. Mendapatkan materi-materi promosi atau iklan.
7. Mendapatkan metode pengajaran yang berlaku.
8. Mendapatkan hak penggunaan nama, merek, jasa, logo.

⁸ *Ibid*, hlm. 179.

⁹ *Ibid*, hlm. 179-180.

9. Mendapatkan bantuan tata manajemen dan pengelolaan usaha atas kewajiban yang diberikan.

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 *franchise* (waralaba) sesungguhnya juga hanya memiliki suatu aspek yang diidamkan baik oleh pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.¹⁰

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, menurut hemat penulis dapat dirumuskan permasalahan apakah dalam pembuatan perjanjian *franchise* di Lembaga Pendidikan Primagama terdapat asas kebebasan berkontrak.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Tujuan Obyektif

Untuk mengetahui apakah dalam pembuatan perjanjian *franchise* di Lembaga Pendidikan Primagama terdapat asas kebebasan berkontrak.

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.

¹⁰ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, 2001, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, hlm.5.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan wawasan tentang dasar penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian *franchise* (waralaba) sebagai bagian dalam mengembangkan Ilmu Pengetahuan Hukum, khususnya Ilmu Hukum Perdata.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan melalui penulisan hukum ini dapat berguna bagi instansi yang terkait sebagai bahan acuan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan hukum yang timbul dalam perjanjian *franchise* (waralaba).