

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada Tahun 2016 ini tenaga kerja perhotelan diklaim sebagai sektor yang paling unggul di antara sektor jasa lain yang akan dimobilisasi secara bebas dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Bagi Indonesia dengan banyaknya destinasi tujuan wisata, ekonomi pariwisata merupakan potensi ekonomi yang sangat menjanjikan. Prospek pariwisata Indonesia merupakan potensi ekonomi yang sangat besar. Apabila dicermati berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik yang dilansir pada Februari 2016 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman dalam arti luas ke Indonesia mencapai 888,3 ribu kunjungan atau naik 5,26 persen dibanding kunjungan pada bulan Februari 2015.¹

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di 27 provinsi pada Februari 2016 mencapai rata-rata 52,15 persen atau naik 4,56 poin dibandingkan dengan TPK Februari 2015 yang tercatat sebesar 47,59 persen.² Wakil Ketua Kamar Dagang dan Industri (KADIN) bidang ketenagakerjaan Benny Soetrisno mengatakan keunggulan tenaga kerja perhotelan disebabkan besarnya peran operator internasional dalam bisnis properti ini di Tanah Air.

Oleh karena itu untuk dapat menunjang pengembangan sektor

¹ Kunjungan Wisman ke Indonesia 2016, <<https://www.bps.go.id>> diakses pada tanggal 7 April 2016.

² Ibid.

pariwisata diperlukan sarana infrastruktur yang dapat menunjang kebutuhan para wisatawan baik asing ataupun domestik yang hendak berlibur di Indonesia. Namun akses jalan menuju daerah wisata dan fasilitas penginapan dengan standar internasional merupakan hal yang banyak dikeluhkan oleh wisatawan asing ataupun domestik. Infrastruktur yang baik juga dapat berjalan apabila diiringi dengan adanya pengelolaan yang professional, khususnya dalam pengelolaan fasilitas penginapan atau hotel di daerah tujuan wisata.

Pengelolaan profesional yang bersifat internasional terhadap hotel-hotel di daerah pariwisata adalah tuntutan dari persaingan yang begitu ketat, sehingga mereka yang tidak dapat bertahan dalam persaingan pada akhirnya akan tersisih. Kehidupan yang serba cepat ini memacu manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara cepat pula. Pemenuhan kebutuhan hidup secara cepat telah membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk memikirkan pola pendistribusian barang/jasa dengan baik dan tepat. Oleh karena itu pelaku usaha dituntut untuk menemukan suatu cara atau metode yang dapat dianggap efektif untuk memperluas jaringan usaha. Cara yang dianggap efektif untuk memperluas jaringan usaha saat ini adalah melalui pola franchise atau waralaba. Pola ini dinilai efektif sebab dapat menjawab tantangan bisnis modern. Hal ini bukan berarti pola distribusi barang dan/atau jasa melalui pola keagenan atau distributorship tidak efektif, akan tetapi pola franchise dapat berkembang dengan baik karena adanya manajemen dan pengelolaan yang telah teruji dan mampu mendatangkan keuntungan bagi pelaku usaha.

Warren J. Keegen mengatakan bahwa pengembangan usaha secara internasional dapat dilakukan dengan sekurangnya 5 (lima) macam cara, yaitu³:

1. Dengan cara ekspor,
2. Melalui pemberian lisensi,
3. Dalam bentuk *franchising* (waralaba),
4. Pembentukan perusahaan patungan (*joint venture*),
5. *Ownership* atau pemilikan menyeluruh, yang dapat dilakukan melalui *direct ownership* (kepemilikan langsung) ataupun akuisisi.

Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah pengembangan usaha melalui sistem *franchise* yang di Indonesia diistilahkan dengan waralaba. Waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh franchisor. *Franchisee* menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan *franchisor*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar *initial fee* dan royalti (biaya pelayanan manajemen) pada perusahaan *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba⁴.

Franchise atau waralaba sebagai salah satu strategi bisnis sebagai salah satu metode pemasaran merupakan salah satu alternatif yang menarik bagi

³ Gunawan, Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002)

⁴ Maharam, S., *Waralaba, Alternatif Strategi Ekspansi Paling Murah*, Smfr@Nchise, hal. 1

perusahaan sebagai upaya bertahan hidup secara berkelanjutan pada masa krisis ekonomi. Karena melalui sistem ini perusahaan mempunyai peluang untuk berhasil mengembangkan usahanya dengan resiko gagal sekecil mungkin⁵. Dalam model bisnis ini calon dapat memiliki bisnis mereka sendiri tetapi bukan sepenuhnya milik mereka sendiri.

Secara yuridis Franchise (Waralaba) baru dikenal pada tahun 1997) sebagai sebuah bentuk perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjual barang dan atau jasa, pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997.

Badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki disebut dengan Pemberi Waralaba /Franchisor, sedangkan badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba/Franchisor disebut dengan Penerima Waralaba/Franchisee.

⁵ Tanan Antonius, *Bisnis Cara Duplikasi : Meraih Peluang Bisns dengan Resiko Gagal Minimal*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000) hal 12.

Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini. Waralaba tak ubahnya pola bisnis maupun pola pemasaran yang melibatkan kerja sama dua belah pihak. Hubungan dua belah pihak tersebut dibangun atas dasar perjanjian. Dalam waralaba, perjanjian kerja sama antara dua belah pihak ini disebut dengan perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Perjanjian franchise merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemberi waralaba atau yang sering disebut *franchisor* dan penerima waralaba atau yang sering disebut *franchisee*⁶. Pada dasarnya perjanjian ini disesuaikan dengan kebutuhan antara kedua belah pihak dan tentunya harus menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Secara sederhana, benang merah franchisee (waralaba) adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen. Pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Fakta ini disebabkan karena pewaralaba local memberikan berbagai kemudahan dalam persyaratan pembelian waralaba mereka, Toleransi yang diberikan juga cukup luas ditambah promosi dan marketing yang terus menerus.

⁶ Juajir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Hal 9

Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang *franchisee* (waralaba) menyebutkan dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan konsep *franchisee* (waralaba) di seluruh Indonesia, diperlukan upaya untuk mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Secara fungsional hukum disusun untuk memberikan perlindungan bagi kepentingan manusia. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian harus ada keseimbangan antara para pihak supaya tidak terjadi konflik kepentingan. Namun dalam realitasnya tidak selalu demikian. Selalu terdapat kemungkinan salah satu pihak mempunyai posisi yang lebih kuat baik dari sisi ekonomis maupun dari penguasaan teknologi atau suatu penemuan yang spesifik. Dalam kondisi ini salah satu pihak lebih mempunyai peluang untuk lebih diuntungkan dalam suatu perjanjian. Seringkali pihak penyusun menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan apalagi perjanjian tersebut disajikan dalam bentuk perjanjian standard, karena ketentuan-ketentuan dalam perjanjian dapat dipakai untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian pada pihaknya. Dalam hal demikian salah satu pihak hanya punya pilihan untuk menerima atau

menolak perjanjian tersebut⁷.

Pada dasarnya setiap perjanjian, termasuk perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya, dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak⁸. Dalam Pasal 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/KEP/1997 disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba ditentukan berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan kompleks dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan.

Dari ketentuan diatas dapat dikatakan bahwa Franchise merupakan suatu Perikatan, yang tunduk pada ketentuan umum mengenai Perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu Franchise melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. Yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

⁷ Siti Malikhatun Badriyah, (Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro 2001) hal8

⁸ Adrian sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008 hal 15

Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai pada derajat tertentu, franchise tidak berbeda dengan lisensi (*Hak atas Kekayaan Intelektual*), khususnya yang berhubungan dengan franchise nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu. Hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk franchise yaitu franchise dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan franchise sebagai suatu format bisnis.

Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa franchise tidaklah diberikan secara cuma-cuma, pemberian franchise senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas Pemerintah mengeluarkan kebijaksanaan untuk mengembangkan sektor usaha kecil diantaranya melalui kemitraan/kerjasama antara pengusaha bermodal besar dan pengusaha kecil, menjadi dasar bagi penerapan kebijaksanaan yang berkaitan dengan sistem bisnis franchise

Oleh karena itu dari berbagai persoalan tersebut timbul permasalahan yang akan diangkat sebagai pokok kajian dalam penelitian ini, yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba Swiss-BelHotel dalam menerapkan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchisee*)?

Rumusan permasalahan yang diajukan diatas, diharapkan dapat dijadikan kerangka untuk mengetahui bagaimana pentingnya arti usaha franchise bagi masyarakat dunia bisnis, dengan mendasarkan pada dasar hukum serta kepastian hukum yang membawa kepada keseimbangan antara hak dan kewajiban yang harus diberikan antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba nya (*franchisee*), dengan kejelasan hal tersebut diharapkan akan dapat memacu dunia investor untuk mengembangkan waralaba di Indonesia baik bagi investor lokal maupun asing.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan sebagaimana telah dirumuskan, maka dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan peraturan perundang-undangan mengenai perjanjian waralaba antara pihak PT Swiss-Bell Hotel International Indonesia dengan Pihak X?
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini secara teoritis ditujukan untuk dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu hukum, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan usaha waralaba dan hukum bisnis. Yang dewasa ini berkembang dengan pesat ditengah-tengah perkembangan arus globalisasi. Sehingga kajian-kajian hukum yang memiliki aspek hukum bisnis terus dikembangkan.

Secara praktis penelitian ini ditujukan untuk dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat yang tertarik untuk ikut mengembangkan usaha dengan konsep waralaba. Dan penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi praktisi hukum yang tertarik dengan masalah waralaba.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sub ini peneliti akan memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai penyusunan desain penelitian, desain penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu :

- 1) Bab I berisi tentang latar belakang penelitian, masalah penelitian, pembatasan penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini;
- 2) Bab II berisi tentang tinjauan tentang pengertian dan istilah franchise, sejarah dan perkembangan franchise, pengaturan dan jenis franchise,

dasar hukum franchise, para pihak dan objek perjanjian franchise, hak dan kewajiban franchise, jangka waktu perjanjian franchise.

- 3) Bab III berisi tentang metodologi penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai jenis data, alat pengumpulan data, analisis dan pendekatan terhadap penulisan hukum;
- 4) Bab IV berisi tentang pembahasan mengenai rumusan masalah penelitian berikut contoh kasus mengenai perjanjian perlindungan hak beserta klausula penyelesaian sengketa.
- 5) Bab V berisi kesimpulan sebagai hasil penelitian dari bab - bab yang telah dijelaskan sebelumnya, serta akan diuraikan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai solusi dari permasalahan yang diteliti dalam penulisan hukum ini.

