

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap orang mempunyai hasrat untuk hidup teratur, namun konflik kepentingan sering muncul saat mengadakan hubungan dengan sesama. Benturan kepentingan ini disebabkan adanya perbedaan kriteria mengenai kepentingan yang satu dengan yang lainnya. Itulah sebabnya hukum diperlakukan sedemikian rupa agar kepentingan-kepentingan yang timbul dalam hubungan setiap orang dapat terjadi secara terkendali. Maka dari itu, hampir tidak ada bidang kehidupan masyarakat yang tidak terjamah oleh hukum, termasuk bidang pembangunan.¹

Di era globalisasi aktivitas bisnis semakin hari semakin berkembang baik dari segi jumlahnya maupun dari segi kompleksitas, pertumbuhan ekonomi yang semakin cepat dan kompleks mengakibatkan munculnya berbagai bisnis yang berbeda-beda sesuai dengan bidang kegiatan yang digelutinya. Keberagaman tersebut menimbulkan masalah dan tantangan baru, sehingga hukum harus siap mengantisipasi setiap perkembangan tersebut.

Salah satu aktivitas bisnis yang semakin banyak dilakukan dan diterapkan sebagai salah satu cara perkembangan bisnis secara internasional adalah menggunakan metode *Franchise*.² Pada hakekatnya, globalisasi adalah suatu proses yang membuat penduduk dunia semakin saling berhubungan dan saling

¹ Pan, Lindayawati Suherman Sewu, *Aspek Hukum Dalam Membangun Pola Bisnis Waralaba (franchise)*, (Bandung: Cet-1 Mandar Maju 2020), hal. 1

² *Ibid.*, hal. 4, (Pedanan istilah *Franchises* dalam bahasa Indonesia adalah “Waralaba”

tergantung dalam segala bidang budaya, ekonomi, politik, teknologi, dan lingkungan. Semua negara akan berlomba-lomba memperluas pengaruhnya ke negara lain, termasuk dalam hal perdagangan, dengan cara memasarkan produknya, sehingga terkadang produk dari dalam negeri kalah bersaing dengan produk luar negeri.³

Dalam praktiknya, fungsi hukum bisnis pada tingkat ekonomi makro dan mikro sangat dipengaruhi oleh pandangan jauh ke depan para pengusaha dan kesungguhan berdasarkan etika bisnis. Sistem hukum yang mengatur bisnis di Indonesia sangat terkait dengan kepentingan bisnis swasta dengan lembaga pemerintahan dan lembaga bisnis internasional terutama dalam kegiatan transaktif bisnis konvensional, *national corporation*, dan *international corporation*.

Indonesia sebagai sebuah “*incorporated*”, artinya semua warganya bersatu untuk menghadapi persaingan internasional. Dengan kata lain, di era ketatnya pasar, pelaku ekonomi, pemerintah dan masyarakat harus memodernisasi atau mengatur dan menghidupkan kembali makna senasib sepenanggungan, sehingga kemitraan harus dikembangkan.⁴ Untuk menciptakan suasana persaingan usaha yang sehat, selain adanya peraturan untuk melindungi pelaku usaha, adanya kesadaran bagi pelaku usaha agar dapat menjalankan usaha secara adil, tanpa adanya muslihat lain yang merugikan pelaku usaha lainnya. Seperti yang telah disebutkan, bahwa perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat.

³ Ahmad Gunaryo (Ed.), *Hukum, Birokrasi dan Kekuasaan Di Indonesia*, (Semarang: Cetakan Pertama Walisongo Research Institute 2001), hal. 54

⁴ IGM. Nurdjana, *Korupsi Dalam Praktik Bisnis, Pemberdayaan Penegakan Hukum, Program Aksi dan Strategi Penanggulangan Masalah Korupsi*, (Jakarta: Cetakan Pertama, Gramedia Pustaka Utama 2005), hal. 24

Berbagai usaha bisnis berkembang dengan menciptakan peluang bisnis baru atau bermitra dengan usaha lain, sehingga tidak hanya meningkatkan keuntungan dari segi finansial, tetapi juga dapat menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu, di era globalisasi saat ini, seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, inovasi-inovasi yang dilakukan dalam dunia bisnis menjadi menarik, terutama bagi konsumen, di sisi lain persaingan dunia bisnis menjadi sangat ketat.⁵

Oleh karena itu, para pelaku usaha atau badan usaha baik usaha kecil maupun menengah harus siap menghadapi persaingan usaha ini, dan mencari berbagai cara untuk melanjutkan eksistensinya yaitu dengan cara memperluas jaringan usaha, dan salah satu cara untuk mengembangkan dan memperluas jaringan usaha yaitu dengan menggunakan sistem bisnis waralaba atau *franchise*.

Menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan pengertian waralaba adalah:

“Hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.⁶

Lebih lanjut kriteria usaha waralaba disebutkan di dalam Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, yakni: Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:⁷

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;

⁵ Rustinah Hariyani, “Tinjauan Yuridis Perjanjian Bisnis Waralaba (*franchise*) Antara *Franchisor* dan *Franchisee* Dalam Dinamika Perekonomian Di Indonesia”, Vol.02, hal.4

⁶ Amir Karamoy, *Percaturan Waralaba Indonesia*, (Foresight Asia, Jakarta, 2015), hal. 15

⁷ *Ibid.*, hal. 16

- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.

Karakteristik dan kriteria waralaba membuat bisnis waralaba atau *franchise* ini semakin populer di negara Indonesia. Masyarakat lebih tertarik untuk membuka peluang usaha dengan sistem waralaba (*franchise*). Pada dasarnya waralaba adalah kegiatan atau cara berbisnis dengan membeli hak lisensi dari pemilik waralaba. Bisnis dengan sistem waralaba ini dengan keunggulan dan besarnya keuntungan yang didapat ini menarik masyarakat untuk menciptakan usaha kecil-kecilan dengan meraturup keuntungan yang tinggi.

Salah satu keuntungan dari waralaba (*franchise*) adalah ketika pihak penerima waralaba (*franchisee*) atau terwaralaba (*franchisor*) memulai bisnis, maka kita perlu repot dengan periklanan dan pemasaran karena pelanggan sudah tersedia. Lain halnya kalau kita memulai sendiri atau dari nol, pasti kita disibukkan melakukan periklanan dan pemasaran yang memakan biaya besar.⁸

Konsep bisnis waralaba (*franchise*) telah menjadi salah satu *trend-seller* yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Bisnis ini banyak digemari oleh masyarakat karena kemudahan dalam penyelenggaraan usahanya, sehingga franchisee tidak perlu lagi memasarkan usahanya. Selain itu, bisnis ini sangat mudah dikelola dan waktu pengembalian modalnya juga relative

⁸ *Ibid.*,

cepat. Selain itu, merek-merek yang dijadikan sebagai mitra bisnis sudah dikenal oleh masyarakat luas. Untuk bisnis yang menggunakan model bisnis waralaba ini, menawarkan peluang yang penting bagi masyarakat, terutama untuk mendapatkan keuntungan secara cepat dari pengembalian modal yang lebih cepat.

Waralaba (*franchise*) semakin banyak berkembang, termasuk waralaba pada bidang ritel, makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan bisnis waralaba (*franchise*) terbesar di dunia. Waralaba (*franchise*) yang berkembang di Indonesia didominasi oleh waralaba lokal, meskipun tidak menutup kemungkinan adanya waralaba asing. Sebagai contoh waralaba lokal adalah Jco Donuts, Indomaret, *California Fried Chicken* (CFC), Kebab Turki Baba Rafi, dan sebagainya. *Franchise* asing juga ikut bersaing, seperti McDonald's, *Kentucky Fried Chicken* (KFC), *Burger King*, *Subway*, *Pizza Hut*, *Hertz Corporation*, dan sebagainya.

Kerjasama tercipta dalam bisnis waralaba (*franchise*), dimana perusahaan pemilik konsep atau merek produk (*franchisor*) akan bekerja sama dengan orang atau badan usaha yang akan memperoleh hak lisensi (*franchisee*) melalui perjanjian secara tertulis. Menurut Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 adalah ketentuan perjanjian waralaba :

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia;

(2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Selanjutnya disebutkan dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 bahwa Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit:

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. Kegiatan Usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa; dan
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian dalam bisnis waralaba ini sangatlah penting, mengingat hak dan kewajiban kedua belah pihak, agar tidak timbul kerugian dari pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba. Sebelum dikenalnya konsep perjanjian dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Pratek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, konsep perjanjian sudah lama digunakan oleh masyarakat umum.

Perjanjian menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) adalah:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Sedangkan menurut KRMT Tirtodiningrat bahwa perjanjian adalah:

“Suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat di antara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibatakibat hukum yang dapat dipaksakan oleh undang-undang”.⁹

KUHPerdata tidak menjelaskan apa itu suatu perjanjian. Oleh karena itu, doktrin ini berusaha merumuskan apa yang dimaksud dengan perikatan, yaitu suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, yang atas dasar itu pihak yang satu berhak menuntut (suatu prestasi) dari pihak yang berkewajiban memenuhi tuntutan tersebut. Dari pengertian tersebut, dapat dilihat bahwa Pasal 1233 KUHPerdata menyatakan bahwa suatu perikatan dibuat karena perjanjian dan adapun yang lahir karena undang-undang.

Menurut Pasal 1234 KUHPerdata, terdapat tiga jenis prestasi perikatan . *Pertama*, kewajiban untuk memberikan sesuatu. *Kedua*, kewajiban untuk melakukan sesuatu. *Ketiga*, kewajiban untuk tidak berbuat apa-apa dalam sistem hukum perjanjian. Dengan demikian diberlakukannya sistem terbuka yang artinya para pihak memiliki kebebasan yang besar untuk membuat perjanjian dalam bentuk dan isi apapun.

Kita melihat bahwa Pasal 1338 KUHPerdata pada dasarnya menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang.

⁹ R.Subektik, *Hukum perjanjian Intermasa*, Jakarta, hal.84

Pada Pasal 1320 KUHPerdara menyatakan bahwa terdapat empat syarat yang harus dipenuhi agar perjanjian menjadi sah. *Pertama*, mereka (para pihak) sepakat untuk mengikat diri. *Kedua*, kecakapan untuk membuat sebuah perjanjian. *Ketiga*, suatu hal tertentu. *Keempat* sebab (*causa*) yang halal. Mengenai perjanjian, KUHPerdara merupakan asas dan ketentuan umum yang berlaku untuk semua perjanjian secara umum. Selain itu, suatu undang-undang khusus dapat mengatur sendiri ketentuan yang berlaku dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur secara khusus mengatur apa yang dimaksud dengan perjanjian.

Pada umumnya, perjanjian tidak tertulis tidak dianggap sebagai alat bukti yang berbobot di pengadilan, karena hukum acara perdata yang berlaku pada saat ini lebih menekankan dan memperlakukan alat sebagai alat bukti yang kuat. Pengakuan dan pencantuman perjanjian tertulis sebagai alat bukti persetujuan yang dibuat oleh pelaku usaha dalam hukum persaingan usaha sepenuhnya sesuai dengan hukum persaingan usaha yang berlaku di berbagai negara.

Para pelaku usaha tidak akan begitu ceroboh untuk memformalkan kesepakatan bersama dalam secara tertulis karena lebih mudah membuat kesalahan seperti itu. Oleh karena itu, jarang ditemukan perjanjian tertulis antara mitra bisnis yang bersekongkol atau bertentangan dengan undang-undang persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perjanjian, yaitu. *Pertama*, mengenai oligopoli. *Kedua*, mengenai penetapan harga, seperti diskriminasi harga (Pasal 6), jual rugi (Pasal 7), dan pengaturan harga jual kembali (Pasal 8). *Ketiga*, pembagian wilayah (Pasal 9). *Keempat*, pemboikotan (Pasal 10). *Kelima*, kartel (Pasal 11). *Keenam*, *trust* (Pasal

12). *Ketujuh*, oligopsoni (Pasal 13). *Kedelapan*, integrasi vertikal (Pasal 14). *Kesembilan*, mengenai perjanjian tertutup, seperti *exclusive distribution agreement* (Pasal 15 Ayat 1), *tying agreement* (Pasal 15 Ayat 2), dan *vertical agreement on discount* (Pasal 15 Ayat 3). *Kesepuluh*, perjanjian dengan pihak luar negeri.¹⁰

Perjanjian mengikat kedua belah pihak dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang menandatangani. Perjanjian menetapkan hak dan kewajiban hanya antara pihak yang menandatangani kontak, yaitu hak dan kewajiban para pihak atas prestasi.¹¹

Subjek hukum atau para pihak dalam perjanjian waralaba (*franchise*) menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 adalah:

1. Pemberi waralaba (*franchisor*) adalah seorang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba;
2. Penerima waralaba (*franchisee*) adalah perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Disebutkan dalam Pasal 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, bahwa Penyelenggara waralaba terdiri atas :

- a. Pemberi waralaba berasal dari luar negeri;

¹⁰ Muhammad Edy Susanto, *Perjanjian yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*, (Yogyakarta-Daily), 2021, hlm.1

¹¹ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas Dalam, Kontrak Komersial*, (Yogyakarta-LaksBang Mediatama), 2008, hlm.43

- b. Pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;
- c. Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri;
- d. Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri;
- e. Penerima waralaba berasal dari luar negeri;
- f. Penerima waralaba berasal dari dalam negeri;
- g. Penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri; dan
- h. Penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

Sebuah perjanjian waralaba (*franchise*) adalah lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek dagang terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek dagang tersebut baik untuk semua atau sebagian jenis barang/jasa, yang telah terdaftar untuk jangka waktu dan syarat yang sudah ditentukan.¹²

Peminjaman atau penggunaan hak kekayaan intelektual dalam suatu sistem bisnis yang dilaksanakan oleh penerima waralaba (*franchisee*) dari pemberi waralaba (*franchisor*) sebagai pemegang hak kekayaan intelektual, atas dasar perjanjian waralaba dapat disebut dengan perjanjian bisnis waralaba (*franchise*). Dalam perjanjian lisensi disebutkan bahwa penerima lisensi harus membayar sejumlah royalti atas penggunaan merek dagang dan proses produksi yang besarnya ditentukan berdasarkan perjanjian. Selain membayar *royalty*, pemegang *franchisee* juga dikenakan kewajiban yang telah ditetapkan oleh *franchisor* untuk mendesain perusahaannya sedemikian rupa sehingga menyerupai dengan desain

¹² Amir Karamoy, *op.cit.*, hal. 38

franchisor. Selain membayar *royalty*, *franchisee* harus mematuhi semua ketentuan yang ditetapkan oleh *franchisor* dan *franchisee* tidak boleh mengubah sedikitpun konsep yang telah ditetapkan oleh *franchisor* tanpa izin dari *franchisor*.

Selain itu, waralaba di Indonesia tidak boleh mengarah pada praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sesuai UU No 5 Tahun 1999. Asas Hukum Persaingan Usaha menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Tujuan dari dibentuknya Hukum Persaingan Usaha menurut Pasal 3 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diantaranya:

- a. Untuk menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mejuwudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengatura persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan/ atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dua hal yang menjadi unsur penting bagi penentuan kebijakan (*policy objectives*) yang ideal dalam pengaturan persaingan di negara-negara yang memiliki undang-undang persaingan adalah kepentingan umum (*public interest*) dan efisiensi ekonomi (*economic efficiency*). Ternyata dua unsur penting tersebut (Pasal 3 (a)) juga merupakan bagian dari tujuan diundangkannya UU No. 5 Tahun 1999.

Berkaitan dengan asas keseimbangan, Indonesia sudah memiliki Undang-Undang-Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini merupakan angin segar atau sebaliknya, paling tidak suasana atau kondisi bisnis di Indonesia akan berubah. Undang-undang ini diharapkan dapat memberi jaminan kepastian hukum untuk mempercepat pembangunan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan umum, dan sebagai implementasi dari semangat dan jiwa dari UUD 1945. Pasal 2 dan 3 tersebut di atas menyebutkan asas dan tujuan-tujuan utama Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Peraturan persaingan usaha tersebut diharapkan dapat mendorong pelaksanaan demokrasi ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 (Pasal 2) dan menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat juga menciptakan sistem perekonomian yang efisien (Pasal 3).

Maka dari itu, mereka ikut serta dalam pembukaan UUD 1945 berdasarkan Pasal 3 huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999 dari struktur ekonomi untuk tujuan perealisasi kesejahteraan nasional menurut UUD 1945 dan demokrasi ekonomi, dan yang menuju pada sistem persaingan bebas dan adil

dalam Pasal 3 huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999. Hal ini mengacu pada penjaminan kesempatan yang sama bagi setiap pelaku usaha dan tidak adanya batasan persaingan dalam kehidupan bisnis, khususnya penyalahgunaan kekuasaan dalam kehidupan bisnis.

Sebagai asas dan tujuan, Pasal 2 dan 3 tidak memiliki arti langsung bagi pelaku usaha, karena pasal-pasal tersebut tidak mengatur syarat-syarat khusus bagi perilaku pelaku usaha. Namun, kedua pasal tersebut harus digunakan dalam interpretasi dan penerapan setiap ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999. Aturan persaingan usaha agar harus ditafsirkan dengan rupa sehingga tujuan yang ditetapkan dalam Pasal 2 dan 3 dapat dilaksanakan seefektif mungkin. Contohnya, sehubungan dengan penerimaan dan jangkauan dari *rule of reason* dalam rangka ketentuan tentang perjanjian yang dilarang (Pasal 4-16), harus diperhatikan bahwa Pasal 2 dan 3 tidak menetapkan tujuan-tujuan yang dilaksanakan dalam bidang sumber daya manusia, kebijakan struktural dan perindustrian.¹³

Penetapan harga merupakan praktik anti persaingan yang dapat terjadi secara vertikal maupun horizontal dan dianggap sebagai hambatan perdagangan karena bisa berdampak buruk pada persaingan harga. Jika harga sudah ditetapkan, kebebasan untuk menetapkan harga secara bebas menjadi berkurang. Ada dua macam penetapan harga:

¹³ Beranda Hukum, "Asas dan Tujuan Hukum Persaingan Usaha". <https://berandahukum.com/a/Asas-dan-Tujuan-Hukum-Persaingan->, (di akses pada 15 Oktober 2022, 00:52 Wib).

- a. Penetapan harga secara horizontal terjadi ketika lebih dari satu perusahaan yang berada pada tahap produksi yang sama benar-benar bersaing satu sama lain dan menetapkan harga jual produknya pada tingkat yang sama.
- b. Penetapan harga vertikal terjadi ketika suatu perusahaan yang berada pada tahap produksi tertentu menetapkan harga untuk suatu produk yang akan dijual oleh perusahaan lain pada tahap produksi yang lebih rendah. Misalnya, ketika perusahaan distribusi menetapkan harga produk yang harus dijual pengecer kepada konsumen, maka terjadilah penetapan harga vertikal¹⁴.

Salah satu klausula dalam hukum perjanjian yakni klausula penetapan harga dan pembelian. Penetapan harga sangat penting dalam bisnis waralaba, apakah kewenangan penetapan harga berada ditangan franchisor sepenuhnya atau *franchise* mempunyai andil penuh pula dalam penentuan harga. Harga pada umumnya ditentukan oleh *franchisor*.

Perjanjian penetapan harga sendiri terbagi menjadi dua yaitu secara horizontal dan secara vertikal. Perjanjian penetapan harga secara horizontal adalah perjanjian yang terjadi antar-sesama pelaku usaha yang selevel seperti produsen (produsen dengan produsen) terhadap produk barang jasa yang sama yang diberlakukan pada dasar bersangkutanan yang sama. Sementara itu penetapan harga secara vertikal adalah perjanjian yang terjadi antara pelaku usaha yang tidak selevel, misalknya antara produsen dan distributor atau dengan pengecer. Tujuan dari diadakannya penetapan harga secara vertikal adalah untuk mengurangi atau

¹⁴ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, hal.43.

menghapus persaingan antara sesama pengecer atau meniadakan persaingan antarsesama distributor. Dalam tulisan ini, penulis hanya membatasi pembahasan penulisan hanya pada perjanjian penetapan harga secara vertikal saja.

Bila dilihat secara mendalam terdapat persamaan antar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan Undang-Undang Antitrust di Amerika Serikat. Secara umum Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 memiliki enam (6) bagian pengaturan yang terdiri dari: perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, posisi dominan, komisi pengawas persaingan usaha, penegakan hukum dan peraturan lainnya. Pada hakekatnya, di negara-negara maju dengan komunitas bisnis yang sangat maju, seperti Amerika Serikat dan Jepang, tujuan diberlakukannya undang-undang yang melarang praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana disebutkan di atas, adalah untuk menjaga kesinambungan persaingan.

Dari tujuan di atas terlihat bahwa persaingan usaha itu harus dijaga untuk menciptakan efisiensi baik bagi kelompok konsumen maupun masing-masing perusahaan. Persaingan akan mendorong setiap perusahaan untuk menjalankan kegiatan usahanya seefisien mungkin agar dapat menjual barang dan/atau jasanya dengan harga yang serendah mungkin. Ketika setiap perusahaan bersaing untuk menjadi seefisien mungkin agar dapat menjual barang dan jasa dengan semurah mungkin untuk rangka bersaing dengan pesaing lainnya, keadaan memungkinkan setiap konsumen membeli barang yang lebih murah yang dipasar yang

ditawarkan. Dengan menciptakan efisiensi bagi setiap perusahaan, efisiensi ini pada gilirannya menciptakan efisiensi bagi masyarakat konsumen.

Mengenai tujuan yang hendak dicapai, oleh Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ditentukan dalam Pasal 3 Undang-Undang Anti Monopoli yang menyatakan:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil.
- c. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
- d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Beranjak dari ketentuan di atas, pada prinsipnya tujuan dari UU Anti Monopoli adalah untuk menciptakan efisiensi dalam ekonomi pasar untuk mencegah monopoli, mengatur persaingan yang adil dan bebas serta memberikan sanksi bagi pelanggarnya. Dengan perkataan lain tujuan yang hendak dicapai oleh Undang-Undang No. Tahun 1999 yang tercantum dalam Pasal 3 diatas adalah efisiensi, baik berupa efisiensi ekonomi nasional maupun efisiensi kegiatan usaha.

Berdasarkan uraian diatas tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik berjudul **“TINJAUAN YURIDIS ASAS KESEIMBANGAN DALAM PERJANJIAN PENETAPAN HARGA**

DALAM SISTEM WARALABA (FRANCHISE) MENURUT UNDANG-UNDANG NO.5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI HUKUM PERSAINGAN USAHA”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan tersebut diatas dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini:

- a. Bagaimana penerapan asas keseimbangan (asas proporsionalitas) dalam perjanjian waralaba terkait penetapan harga secara vertikal menurut hukum persaingan usaha tidak sehat?
- b. Apa keterkaitan ketentuan Pasal 50 huruf b mengenai perjanjian waralaba dalam penetapan harga dalam undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisa dan memberikan solusi terhadap penerapan asas keseimbangan yang diterapkan pada perjanjian waralaba dalam penetapan harga hukum persaingan usaha tidak sehat.
- b. Untuk menganalisa dan memberikan solusi terhadap keterkaitan ketentuan Pasal 50 huruf b mengenai perjanjian waralaba dalam penetapan harga menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik dari segi teoritis maupun praktis antara lain sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi hukum secara umum dan hukum tentang waralaba khususnya mengenai substansi dari peraturan yang mengatur waralaba agar dapat memberikan suatu perlindungan hukum bagi pemilik waralaba dan kontribusi positif demi menertibkan bisnis usaha waralaba dan meningkatkan kualitas waralaba lokal di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna sebagai bahan masukan atau kontribusi pemikiran bagi mereka yang terlibat langsung dalam dunia bisnis atau usaha waralaba, yaitu:

- a. Pelaku Usaha Waralaba: Sebagai tambahan pengetahuan supaya mendapatkan perlindungan dan kepastian hukum terhadap usaha waralaba.
- b. Komisi Pengawas Persaingan Usaha: Sebagai tambahan pengetahuan dan informasi agar lebih teliti kembali dalam memberikan penyelesaian untuk permasalahan-permasalahan hukum yang berkaitan dengan waralaba yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan uraian sistematis, hal tersebut sangat berguna untuk memudahkan penulis dalam menyusun dan mengkaji permasalahan yang diangkat dalam Skripsi ini. Adapun sistematika penulisan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang terdiri dari beberapa sub antara lain latar belakang, orisinalitas penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab yang memuat urai mendalam tentang teori-teori yang mendasari penulisan dan pembahasan yang berkaitan dengan judul. Teori-teori tersebut didapat dari studi kepustakaan beberapa literatur.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis bahan hukum, teknik penelusuran bahan hukum, dan teknik analisis bahan hukum.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Merupakan bab yang memuat sistematika hasil penelitian dan pembahasan urutan rumusan masalah, sehingga didapatkan suatu

pemahaman yang menyeluruh atas hasil penelitian ini seperti yang diinginkan oleh penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran dari penulis bagi pihak terkait yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Merupakan inventarisasi bahan hukum yang digunakan dalam kelancaran penelitian. inventarisasi tersebut berupa: Peraturan Perundang-Undangan, buku-buku, jurnal, hasil penelitian, dan informasi dari website bereputasi.