

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di Indonesia pada dewasa ini telah dikenal usaha *franchise* di berbagai bidang baik makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Hal ini tergantung dari jumlah besarnya modal yang dimiliki dan sebagai negara yang berkembang, Negara Indonesia masuk dalam lima besar Negara yang memiliki perkembangan waralaba terbesar di dunia. Waralaba yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh waralaba lokal walaupun tidak menutup kemungkinan waralaba asing juga dapat ditemui. Suatu bentuk kegiatan ekonomi yang baru bagi masyarakat Indonesia yang menjanjikan bentuk usaha mandiri dengan sistem pembelian merek dagang yang sudah dikenal untuk dijalankan sendiri.

*Franchise* merupakan suatu metode pemasaran atau pendistribusian dengan mana suatu pihak memberikan kepada pihak lain hak atau *privilege* untuk melakukan bisnis dengan cara tertentu di suatu tempat tertentu selama periode waktu tertentu. Cara ini kadang-kadang menimbulkan kesulitan untuk membedakan tipe hubungan bisnis yang satu dengan tipe hubungan bisnis yang lain. Perbedaan tersebut hanya mungkin dapat dipahami melalui perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak .<sup>1</sup>

*Franchise* atau waralaba didasarkan pada perjanjian dua pihak, yaitu *franchisor* (pemilik hak) dan *franchisee* (yang diberi hak) untuk menjalankan

---

<sup>1</sup> Gunawan widjaja,2001, *Seri Hukum Bisnis : Waralaba*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm 10.

bisnis dari *franchisor* menurut sistem yang ditentukan oleh *franchisor*. Dengan kata lain, *franchise* adalah suatu pengaturan bisnis dimana suatu perusahaan (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan *franchisor*. *Franchisor* dan *franchisee* tentunya berharap melalui kemitraan tersebut akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan risiko kegagalan yang minimal.

Pada awalnya istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga *franchise* sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi yang melanda diberbagai bidang, maka *franchise* kemudian masuk kedalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah *franchise* coba di Indonesiakan dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh lembaga pendidikan dan pengembangan manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.<sup>2</sup>

Seiring berjalannya waktu, perkembangan usaha *franchise* atau Waralaba di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup berarti. Pesatnya perkembangan usaha Waralaba di Indonesia di sebabkan oleh pasar Indonesia yang sangat kondusif bagi investor Waralaba, dimana pemerintah Indonesia menganut

---

<sup>2</sup> Adrian Sutedi, 2008, *Hukum waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm 7

kebijakan devisa bebas. Pertumbuhan perekonomian Indonesia yang cukup baik untuk pasar Waralaba, stabilitas politik yang sudah membaik dan berkembangnya kelompok kelas menengah yang merupakan potensi bisnis Waralaba di Indonesia.

Dengan melihat semakin pesatnya perkembangan laju pemasaran dengan waralaba pemerintah pada tahun 2007 kembali mengeluarkan peraturan terkait waralaba dengan maksud menyempurnakan peraturan sebelumnya, yakni Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Kemudian setahun kemudian yakni tahun 2008, dikeluarkan regulasi terkait waralaba (*franchise*), Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dengan demikian penyelenggaraan Waralaba berarti telah menciptakan suatu kepastian hukum bagi investor yang ingin mengembangkan usaha Waralaba.<sup>3</sup>

Dalam mekanisme pewaralabaan, pihak *franchisor* dan *franchisee* terlibat langsung. *Franchisor* adalah perusahaan yang memiliki minimal dua hal, yakni (1) sistem bisnis/pemasaran yang telah mantap dan menguntungkan, (2) merek dagang yang telah cukup dikenal, lazimnya perusahaan *franchisor* lebih besar dari pada perusahaan terwaralaba. Kemitraan antara *franchisor* dengan *franchisee* ditandai dua hal, yaitu : (1) pemberian lisensi penggunaan merek dagang milik *franchisor*, (2) kewajiban membayar *fee / royalty* oleh *franchisee* kepada *franchisor* atas pemberian hak tersebut. Para pihak (*franchisor* dan *franchisee*) yang bersepakat dalam suatu transaksi waralaba selain memperlakukan persoalan-persoalan yuridis juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu

---

<sup>3</sup><http://gobagsodorpadhanganjingglang.blogspot.co.id/2012/07/perlindungan-hukum-terhadap-pelaku.html?m=1> diakses pada tanggal 6 november 2016 pukul 16:15

adanya jaminan bahwa baik *franchisor* maupun *franchisee* adalah pihak-pihak yang secara bisnis dapat diandalkan kerjasamanya, kemampuan manajerialnya dan bonafiditasnya untuk bersama – sama membangun kerjasama bisnis.<sup>4</sup>

Pada sisi lain, seorang atau suatu pihak *franchisee* yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha *franchisor* menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang merupakan suatu produk yang disukai oleh masyarakat serta akan dapat memberikan suatu manfaat (*Finansial*) baginya, ini berarti *franchise* sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi *franchise* / *Franchisor* maupun mitra usaha penerima *franchise* / *franchisee*, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.<sup>5</sup>

Berdasarkan Pasal 5 PP No 42 tahun 2007 tentang waralaba diatur juga pedoman untuk para pihak dalam membuat klausula klausula pada perjanjian waralaba, jadi para pihak dalam menentukan klausula pada perjanjian *franchise* wajib hukumnya untuk mengacu pada Pasal 5 PP No 42 tahun 2007 tentang waralaba. 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;

---

<sup>4</sup><https://indradefi.wordpress.com/2014/04/19/perlindungan-hukum-bagi-para-pihak-pelaku-usaha-cfc-dalam-perjanjian-waralaba-di-kota-bengkulu/> diakses pada tanggal 5 november 2016 pukul 16:30

<sup>5</sup> Gunawan Widjaja, *Op.cit*, hlm 5.

- 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.

Di dalam pasal tersebut terdapat pula hal yang wajib ada dalam klausula dalam perjanjian *franchise*, yaitu mengenai tata cara pembayaran imbalan. Yang di dalamnya meliputi pembayaran *franchise fee*, *Royalty fee* dan imbalan imbalan yang lain ditentukan oleh pihak *franchisor* di dalam klausula pada perjanjian *franchise* yang wajib ada. Dan hal ini yang menjadi fokus utama yang akan dibahas oleh penulis.

Mengenai perlindungan hukum Waralaba di Indonesia, menurut Prof. Sudargo Gautama, secara kebetulan bisnis Waralaba selama ini belum banyak menimbulkan masalah hukum. Kemungkinan munculnya masalah memang ada, tetapi tidak aneh dalam dunia bisnis. Meskipun demikian, masalah waralaba ditampung dalam perangkat hukum nasional.<sup>6</sup>

Sebelum munculnya perangkat hukum yang mengatur waralaba di Indonesia, *franchise* atau waralaba yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual telah diatur lewat undang-undang Merek. Saat itu, yang perlu dipersoalkan ialah bagaimana memberikan perlindungan kepada *investor* karena banyaknya penawaran yang menggiurkan dari *franchisor* sering kali membuat

---

<sup>6</sup> G. Sudargo, 1985, *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*, PT. Alumni, Bandung, hlm 9

para investor bersedia mengikuti segala kemauan, prosedur, dan klausul yang diajukan. *Franchisor* hampir tidak memiliki risiko langsung, sementara *franchisee* selain berhadapan dengan risiko investasi, risiko persaingan, kesalahan manajemen, dan pangsa pasar, juga harus membayar *royalty*. Belum lagi menghadapi risiko perlakuan tidak adil berupa mekanisme control *franchisor* yang berlebihan, pencabutan hak waralaba oleh *franchisor*, atau memberikan hak waralaba kepada pengusaha lain.<sup>7</sup>

Saat ini sektor bisnis waralaba sudah sangat beragam artinya tidak hanya di dominasi oleh sektor makanan saja tetapi mulai dari sektor usaha pendidikan, salon, retail, laundry, kebugaran, pencucian mobil, aksesoris kendaraan sudah banyak yang diwaralabakan. Beberapa usaha *franchise* yang berkembang di Yogyakarta yaitu Ayam Geprek Mbok Moro, Melia Laundry, dan Arfa Barbershop yang akan diteliti penulis dari segi pembagian keuntungan antara *franchisor* dan *franchisee* atau dari segi pembagian *royalty fee* nya.

Untuk *memfranchise* usaha Mbok Moro yang bergerak di bidang makanan *franchisee* harus membayar Rp.160.000.000 terdiri dari biaya sewa merk selama 3 tahun adalah Rp.60.000.000 dan yang Rp.100.000.000 untuk keperluan pembukaan outlet sekaligus keperluan dan peralatan tempat usaha. Untuk masalah pembagian keuntungan pihak *franchisor* mendapat dari biaya sewa merk setiap tiga tahun sekali dan keuntungan dari penjualan bahan baku setiap harinya dari *franchisee*. Kemudian terdapat melia laundry yang bergerak dibidang laundry usaha ini terbilang meluas dan sudah cukup lama berdiri makanya nilai *franchise* terbilang agak mahal, untuk investasi awal *franchisee* harus membayar biaya

---

<sup>7</sup> Adrian Sutedi, *Op.Cit*, hlm 25

membeli merk dagang dan keperluan workshop mencapai Rp 650.000.000 diluar dari tanah dan gedung. Dan pembagian keuntungan didapat dari franchisee harus membeli bahan baku dan lain-lain keperluan workshop dari kantor pusat atau *franchisor* nya dan *franchisor* menetapkan *royalty fee* senilai 6 % dari omset per bulan.

Selanjutnya ada Arfa Barbershop usaha *franchise* di bidang potong rambut dan perawatan rambut pria, yang sangat ramai sekali di Yogyakarta dan juga ramai di Daerah lain, Arfa Barbershop di *franchise* kan pada tahun 2010. Sejak saat itu mulai banyak outlet outlet di daerah Yogyakarta maupun daerah lain, untuk dapat *memfranchise* Arfa Barbershop *franchisee* harus membeli merk dagang senilai Rp 150.000.000 sudah termasuk perlengkapan outlet tetapi di luar tanah dan bangunan untuk outlet, pembagian keuntungannya cukup menarik manajemen Arfa Barbershop membolehkan *franchisee* mengelola sendiri tetapi membeli peralatan dan bahan baku langsung dari kantor pusat, jadi keuntungan atau profit dari menjalankan usaha tersebut seluruhnya untuk mitra atau *franchisee*. Kemudian juga Arfa Barbershop menawarkan pengelolaan oleh kantor pusat, *franchisee* hanya membeli merk dagang dan masalah pengelolaan langsung dari kantor pusat Arfa Barbershop, dalam hal ini terjadi Perjanjian Pemberian Pekerjaan antara pihak *franchisee* kepada *franchisor*. Jadi setelah seorang mitra membeli merek dagang Arfa Barbershop mitra menyerahkan sepenuhnya pengelolaan outlet oleh Arfa Barbeai 15 % dari keuntungan kepada *franchisor* sebagai upah pengelolaan gerai setiap bulannya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Hasil Wawancara dengan Manajer Arfa Barbershop Sukses Mulia pada tanggal 19 agustus 2017 Pukul 14.00 wib, di Kantor Arfa Barbershop

Jadi disini terjadi beberapa perbedaan pembayaran pembagian keuntungan antara jenis Waralaba satu dengan yang lainnya dari beberapa bidang usaha *franchise* yang akan diteliti. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan sistem *franchise* adalah *royalti fee*. Bisnis *franchise* berskala besar, sedang atau kecil memerlukan perlakuan berbeda dalam menentukan *royalti fee*, serta tanggapan mengenai bisnis dengan bisnis model “*booth*” dalam kaitannya dengan pengenaan *Royalti Fee* yang minta dibebaskan. Ada juga *franchisor* yang mengeluh bahwa ada *franchisee* nya yang tidak mau membayar *royalti fee*. Alasan yang diajukan oleh *franchisee* adalah bahwa bisnisnya belum untung, sehingga minta keringanan untuk tidak membayar *royalti fee*.

*Royalti fee* lebih kurang artinya adalah sebuah bentuk pembayaran yang digunakan untuk membayar sebuah pemakaian atas sebuah Hak Kepemilikan, hak kepemilikan tersebut adalah Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI atau *Intelektual Property*), dibayarkan oleh “penyewa HKI” (*franchisee*) kepada “pemilik HKI” (*franchisor*) selama penyewa masih disetujui oleh pemilik HKI untuk memakai HKI tersebut. Jadi, *royalti fee* yang dikenakan oleh *franchisor* kepada *Franchisee* adalah di karenakan “penyewaan” HKI milik *Franchisor*, yaitu *brand/* merek dan sistem bisnis dari *Franchisor*, selama masa Perjanjian *Franchise* masih berlaku. Oleh sebab itu, *royalti fee* tidak ada hubungannya dengan laba-rugi sebuah bisnis. Mau untung atau rugi, selama masih memakai *brand/* merek dan atau sistem milik *franchisor*, *franchisee* wajib membayar *royalti fee*.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> <http://www.majalahfranchise.com/article/35/cara-menentukan-royalti-fee-di-berbagai-skala-bisnis-franchise> diakses tanggal 16 agustus 2017 pukul 12. 00 wib

Apabila *franchisor* tidak memungut *royalti fee*, dan *fee* yang lainnya yang terkait, umumnya *franchisor* tidak dapat menghidupi organisasinya yang berfungsi untuk memelihara hubungan dengan para *franchisee*-nya. Untuk itu masalah *fee* dalam *franchise* juga menentukan apakah sebuah bisnis tersebut dapat dikatakan proporsional antara kerjasama pemilik merk dan juga seorang mitra.

Berkat adanya inovasi di bidang transaksi bisnis ini yang kemudian dikenal dengan sebutan *Franchise* atau kadang-kadang istilah *franchise* ini dicoba di Indonesia dengan sebutan waralaba maka kita dapat mencicipi lezatnya produk produk luar negeri seperti missal *hamburger* produk *Mac Donald*, *kfc* yang berasal dari Negara Amerika itu, orang tidak perlu jauh-jauh harus ke Amerika, tetapi cukup menikmatinya di salah satu restoran *Mac Donald* yang ada di nusantara ini, restoran tersebut exist di sini.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pembayaran *royalty fee* oleh *franchisee* kepada *franchisor* dalam perjanjian *franchise* ?
2. Apakah ketentuan tentang pembayaran *royalty* dalam perjanjian *franchise* sudah melindungi kepentingan para pihak ditinjau dari asas proporsionalitas?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui berapa prosentase dan bagaimana penentuan pembayaran *royalty fee* yang ditentukan oleh *franchisor* kepada *franchisee* dalam perjanjian *franchise*, pada *franchise* Ayam Geprek Mbok Moro, Melia Laundry dan Dry Cleaner, dan Arfa Barbershop.
2. Untuk mengkaji apakah ketentuan tentang pembayaran *royalty fee* yang dilakukan oleh *franchisee* kepada *franchisor* sudah cukup dapat melindungi kepentingan kedua belah pihak dan juga mengkaji apakah penentuan pembagian keuntungan atau *royalty fee* tersebut sudah sesuai dengan asas proporsional atau belum.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan yang signifikan diantaranya :

#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini secara akademik berguna bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum bisnis tentang perjanjian waralaba di Indonesia.

#### 2. Manfaat secara praktis

Selain kegunaan secara teoritis, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan juga mampu memberikan sumbangan praktis yaitu :

- a. Memberikan wacana kepada semua pihak yang terkait dengan masalah pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba tentang pembayaran pembagian keuntungan berbentuk *royalty fee* beberapa usaha dengan sistem waralaba yang ada di Yogyakarta.
  
- b. Memberikan sumbangan pikiran dalam upaya memberikan kejelasan tentang bentuk ataupun cara pembagian keuntungan dalam hal ini adalah pembayaran *royalty fee* oleh *franchisee* kepada *franchisor* dan memberikan kesimpulan mengenai bentuk atau tata cara pembayaran *royalty fee* yang menguntungkan kedua belah pihak.