

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Garis – garis Besar Haluan Negara Tahun 1999 – 2004 ditetapkan dengan maksud memberikan arah penyelenggaraan negara dengan tujuan mewujudkan kehidupan yang demokratis, berkeadilan sosial, melindungi hak asasi manusia, menegakkan supremasi hukum dalam tatanan masyarakat dan bangsa yang beradab, berakhlak mulia, mandiri, bebas, maju dan sejahtera untuk kurun waktu lima tahun ke depan.

Tujuan Garis – garis Besar Haluan Negara Tahun 1999 – 2004 tersebut merupakan pedoman untuk melaksanakan Pembangunan Nasional. Pembangunan Nasional dilaksanakan di dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini berarti bahwa pembangunan itu tidak hanya mengejar kemajuan lahiriah, seperti pangan, sandang, perumahan, kesehatan, dan sebagainya, atau kepuasan batiniah seperti pendidikan, rasa aman, bebas mengeluarkan pendapat yang bertanggung jawab, rasa keadilan dan sebagainya, melainkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan antara keduanya. Pembangunan diharapkan merata di seluruh tanah air dan bukan hanya golongan masyarakat tertentu saja, melainkan untuk seluruh masyarakat dan benar – benar dirasakan oleh seluruh rakyat sebagai perbaikan tingkat hidup yang berkeadilan sosial.

Perdagangan bebas yang terjadi saat ini telah memperluas jangkauan kegiatan ekonomi di seluruh dunia. Seluruh negara – negara di dunia diharapkan turut serta aktif

ambil bagian dalam kegiatan perekonomian. Terlebih dengan adanya kesepakatan *World Trade Organization (WTO)* akan lebih meliberalisasikan perdagangan Internasional. Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi anggota *World Trade Organization* dan telah meratifikasi kesepakatan *World Trade Organization* tersebut melalui UU No. 7 Tahun 1994 tentang Ratifikasi Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*). Hal itu tentunya akan berpengaruh pada perekonomian Indonesia di era perdagangan bebas yang lebih kompetitif.

Arus globalisasi yang telah terjadi saat ini sudah tidak dapat dibendung lagi. Persaingan usaha dalam era globalisasi ini akan semakin ketat. Sebagai konsekuensi setiap pelaku usaha saling berlomba – lomba untuk meningkatkan daya saing, demi mencari keuntungan sebanyak – banyaknya. Persaingan usaha yang ketat antar pelaku usaha telah menunjukkan bahwa mereka ingin menjadi yang terunggul.

Perkembangan dunia perekonomian di Indonesia ditandai dengan munculnya banyak praktek – praktek bisnis di Indonesia. Perkembangan pesat yang terjadi di dalam dunia usaha di Indonesia menuntut berbagai konsekuensi dari berbagai kalangan, baik di bidang perekonomian, hukum, politik, sosial, dan lain – lain. Hal itu terjadi karena perkembangan perekonomian juga akan mempengaruhi berbagai bidang kehidupan lainnya.

Para pelaku usaha diharapkan dapat membantu mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh bangsa. Para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya diharapkan tidak hanya mengandalkan *profit motive* saja, melainkan juga harus memperhatikan aspek

kehidupan sosial lainnya yang ada di dalam masyarakat misalnya prinsip keadilan, kemanusiaan, kesusilaan, yang hidup di masyarakat.

Todung Mulya Lubis berpendapat bahwa sifat bisnis yang *profit motive* akan selalu mendorong pengusaha dan perusahaan untuk berbuat optimal, dan jika perlu menguasai pangsa pasar, mendikte harga, mengendalikan alat – alat produksi, menguasai teknologi, menjinakkan buruh, menyuap pegawai pemerintahan, dan mematikan perusahaan – perusahaan lain baik yang sejenis atau tidak sejenis.¹

Pelaku usaha yang menjalankan bisnis hanya dengan tujuan *profit motive* tersebut, berusaha mencari keuntungan dengan cara – cara yang tidak wajar dan hanya memperhatikan kepentingannya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan para pelaku usaha lainnya. Pelaku usaha lainnya menjadi terhalang untuk mengembangkan usahanya karena telah ditutup kesempatannya oleh pelaku usaha yang bertujuan *profit motive* tersebut dengan cara – cara yang tidak wajar. Hal ini akan sangat merugikan pelaku usaha yang lain.

Pelaku usaha melakukan persaingan usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha yang lain. Persaingan usaha tersebut dapat dilakukan secara sehat dan secara tidak sehat. Persaingan usaha yang dilakukan secara sehat tidak menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain, sedangkan persaingan usaha yang dilakukan secara tidak sehat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain.

Pengertian persaingan tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999 adalah: persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

¹ Adrianus Meliana, Praktek Bisnis Curang, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), hlm .126.

Berdasarkan Pasal tersebut, para pelaku usaha dilarang melakukan persaingan usaha yang tidak sehat dengan memproduksi dan atau memasarkan barang dan atau jasa tertentu dengan cara yang tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Persaingan usaha dikatakan merupakan persaingan usaha yang tidak sehat apabila dilakukan dengan cara yang tidak jujur, atau melawan hukum, atau menghambat persaingan usaha.

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia juga terjadi pada praktek bisnis dengan sistem *franchise*. Istilah *franchise* di Indonesia lebih dikenal dengan istilah waralaba yang pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen. Kata waralaba berasal dari kata “wara” yang artinya lebih atau istimewa dan kata “laba” yang artinya untung. Jadi waralaba berarti suatu usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa.

Franchise adalah suatu sistem distribusi barang atau jasa yang seringkali disatukan dengan merek dagang atau jasa berreputasi tinggi di mana pemberi waralaba mendukung, melatih sampai batas tertentu, mengendalikan penerima waralaba dalam menjual barang atau dalam memberikan jasa.²

Praktek bisnis melalui sistem *franchise* mempunyai syarat penting yaitu harus terdapat pelaku usaha yang telah sukses terlebih dahulu, dimana kesuksesan yang diperolehnya tersebut akan disebarluaskan kepada pihak lain. Selain itu, juga harus terdapat merek dagang yang sudah dikenal terlebih dahulu karena merek dagang yang terkenal dapat mendorong keberhasilan dalam pemasaran. Pada praktek bisnis melalui sistem *franchise* ini, seorang *franchisor* akan memberikan hak kepada seorang

² UNIDO, Guidelines for Evaluation of Transfer Technology Agreements, (New York: UNIDO, 1979), hlm. 37.

franchisee untuk mengelola bisnis yang telah terlebih dahulu dikelola oleh *franchisor* dengan produk dan merek yang sama. Seorang *franchisor* memberikan bantuan kepada *franchisee* berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan, sedangkan *franchisee* berkewajiban membayar *initial fee* dan *royalty* kepada *franchisor*. *Initial fee* adalah uang dalam jumlah tertentu yang dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor* pada awal terjalannya kerjasama, sedangkan *royalty* adalah uang yang dibayarkan pada selang waktu tertentu selama jangka waktu kerjasama.

Pengertian Waralaba menurut Pasal 1 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 adalah: perikatan di mana 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 yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) PP No. 16 tahun 1997 tersebut, Waralaba merupakan hubungan kontaktual antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) dengan maksud memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjalankan bisnis yang sama, yang telah dikelola terlebih dahulu oleh pemberi waralaba. Hak atas kekayaan intelektual tersebut meliputi merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, sedangkan yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Franchise dikenal di Indonesia sekitar tahun 1980 – an dengan munculnya banyak bidang usaha *fast food* (makanan siap saji), misalnya Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc. Donalds, Dunkin Donut's dan lain – lain. Selain dalam bidang usaha

fast food, franchise juga berkembang dalam bidang usaha lain, misalnya perhotelan seperti: Sheraton, Hyatt, Hilton, Holiday Inn; salon seperti: Rudy Hadisuwarno, Ristra *Salon & Center*, Daniel Amarta, Harmoni, sampai pada bidang usaha *Fitness & Body Care* seperti: Clark Hatch, Slimfit Expression, dan Marie France Bodyline.

Franchise di Indonesia secara khusus belum diatur dalam suatu Undang – Undang. Namun demikian *franchise* sudah diatur di dalam PP No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba, yang ditetapkan dan diundangkan di Jakarta pada tanggal 18 Juni 1997. PP No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba mengandung maksud untuk menciptakan tertib usaha waralaba dan perlindungan terhadap konsumen. Pemerintah menindak lanjuti peraturan tersebut dengan mengeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/ MPP/ Kep/ 7/ 1997 tentang ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba.

Persaingan usaha yang tidak sehat juga harus dihindari dalam bidang usaha yang menggunakan sistem franchise. Hal yang paling esensial dalam sistem *franchise* adalah pemberian hak istimewa kepada *franchisee* untuk melakukan usaha yang sama seperti usaha yang telah dikelola sebelumnya oleh *Franchisor*. *Franchisor* tidak akan memberikan hak kepada *franchisee* lain selain kepada *franchisee* yang ditunjuk pertama kali oleh *franchisor* di wilayah pemasaran yang telah ditentukan tersebut. Pemberian hak istimewa ini telah memberikan jaminan bagi *franchisee* untuk melakukan usaha tersebut tanpa adanya pesaing baik dari pelaku usaha yang lain maupun dari *franchisor* itu sendiri. Pemberian hak istimewa tersebut telah memberikan kedudukan monopolis bagi *franchisee* sebagai satu – satunya pihak yang diberi hak untuk melakukan usaha tersebut di wilayah pemasaran yang telah ditentukan. Hal ini

akan menghalangi pelaku usaha yang lain untuk melakukan usaha di bidang yang sama. Pelaku usaha yang lain menjadi kehilangan kesempatan untuk melakukan usaha pada bidang yang sama karena hak untuk mengelola usaha tersebut telah diberikan kepada *franchisee* yang telah ditentukan tersebut. Hal ini akan membuka peluang terhadap terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

B. Rumusan masalah

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha di Indonesia, praktek bisnis melalui sistem *franchise* juga mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Hal yang perlu mendapat perhatian adalah persoalan praktek persaingan usaha yang terjadi dalam praktek bisnis melalui sistem *franchise*. Persoalan tersebut berangkat dari salah satu klausula yang terdapat di dalam perjanjian *franchise* yang menyatakan bahwa *franchisee* diberikan hak eksklusif untuk melakukan usaha di wilayah tertentu tanpa adanya kompetisi dari *franchisor* dan *franchisee* lainnya. Persoalan tersebut perlu dikaji lebih lanjut, untuk mengantisipasi terjadinya praktek persaingan curang di dalam bidang usaha waralaba.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka permasalahan yang timbul adalah:

1. Apakah klausula – klausula yang terdapat pada Perjanjian *Franchise* dapat dikualifikasikan sebagai suatu bentuk persaingan curang ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat?
2. Bagaimanakah bentuk – bentuk persaingan usaha di dalam praktek ?
3. Bagaimanakah upaya yang dapat ditempuh untuk mengantisipasi terjadinya persaingan curang ?

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah klausula – klausula dalam Perjanjian *Franchise* dapat dikualifikasikan sebagai bentuk persaingan curang ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
2. Untuk mengetahui bentuk – bentuk persaingan usaha di dalam praktek.
3. Untuk mengetahui upaya yang dapat ditempuh untuk mengantisipasi terjadinya persaingan curang.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan Hukum Bisnis pada khususnya.

2. Manfaat praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan informasi secara yuridis bagi para praktisi mengenai persaingan usaha pada perusahaan dengan sistem *franchise* ditinjau dari UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

E. Keaslian penelitian

Penelitian tentang Persaingan Usaha Pada Perusahaan Dengan Sistem *Franchise* ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, sejauh sepengetahuan peneliti belum pernah diteliti oleh pihak lain.

Penelitian ini merupakan hasil pemikiran dari pihak peneliti sendiri dan telah dilakukan penelitian oleh peneliti sendiri.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan mengenai franchise adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Caritas Woro Murdiati R., (No. Mhs: 6631/IV-5/332/95), mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada, dalam tesisnya yang berjudul: Perlindungan Hukum Bagi *Franchisee* Dalam Perjanjian *Franchise* Setelah Berlakunya PP RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Wiratmanto, (No. Mhs: 5878/IV-5/312/94), mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada, dalam tesisnya yang berjudul : Aspek Hukum Perjanjian *Franchise* Bagi *Franchisor* Asing dan *Franchisee* Indonesia.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Goretti Rita Santi (No. Mhs: 4998/H), mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dalam skripsinya yang berjudul: Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian yang telah dilakukan ini adalah asli, karena berdasarkan inti permasalahan yang dipilih, belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.

F. Sistematika penulisan

Bab I : Pada bab I dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang berangkat dari pemikiran bahwa dalam era perdagangan bebas sangat dibutuhkan persaingan usaha yang sehat, kemudian dijelaskan mengenai rumusan masalah yang berkaitan dengan persaingan usaha yang terjadi di dalam perusahaan dengan sistem *franchise* ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999,

kemudian dikemukakan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Pada bab II dijelaskan mengenai tinjauan umum tentang perjanjian yang membahas mengenai pengertian perjanjian, syarat sahnya perjanjian, dan asas – asas perjanjian; kemudian dijelaskan mengenai tinjauan umum tentang *franchise* yang membahas mengenai sejarah dan pengertian *franchise*, jenis – jenis *franchise*, perjanjian *franchise*, isi perjanjian *franchise*, selanjutnya dijelaskan mengenai tinjauan umum tentang persaingan usaha yang membahas mengenai pengertian persaingan, pengertian persaingan curang, dan pengaturan persaingan curang di Indonesia.

Bab III: Pada bab III dijelaskan mengenai jenis penelitian yang merupakan penelitian hukum normatif dengan didukung oleh penelitian lapangan. Pada penelitian lapangan dijelaskan mengenai lokasi penelitian yang digunakan, responden, nara sumber, metode penentuan sampel, metode pengumpulan data, selanjutnya dijelaskan mengenai tahapan penelitian dan metode analisis data.

Bab IV: Pada bab IV dibahas mengenai perkembangan *franchise* di Indonesia yang menjelaskan berbagai macam usaha *franchise* dan perkembangannya, kemudian dibahas mengenai proses terjadinya usaha waralaba, selanjutnya dibahas mengenai klausula – klausula yang menjadi topik utama dalam kaitannya dengan persaingan curang, kemudian dikemukakan mengenai bentuk – bentuk persaingan usaha yang terjadi di dalam praktek,

selanjutnya dibahas mengenai upaya yang dapat ditempuh untuk mengantisipasi terjadinya persaingan curang.

Bab V: Pada bab V dikemukakan kesimpulan dan saran – saran.

