

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Arus globalisasi ekonomi dunia dan kerjasama di bidang perdagangan dan jasa berkembang sangat pesat dewasa ini, salah satu bentuknya adalah dengan adanya perjanjian *franchise*. *Franchise*, adalah pemberian hak oleh *franchisor* (pemberi *franchise*) kepada *franchisee* (penerima *franchise*) untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis di bidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu atau jam operasional, pakaian dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang atau jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang atau jasa milik *franchisor*.

Sistem *Franchise* adalah hubungan dua pihak atau lebih guna memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa untuk konsumen. Sistem *Franchise* diawali pada saat *Franchisor* sebagai pihak pemilik sistem *franchise*, berikut manajemennya kepada *Franchisee* sebagai pihak yang menggunakan hak

eksklusif yang dimiliki oleh *franchisor*. *Franchise* adalah perikatan antara *franchisor* dengan *franchisee*, dimana penerima *franchise* diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki *franchisor* dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh *franchisor* dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

*Franchise* dikenal di Indonesia sejak era 1980an. Situasi ekonomi Nasional antara tahun 1991 sampai dengan awal tahun 1995 yang dipengaruhi dengan nilai tukar rupiah yang semakin meningkat, membuat *franchise* asing mulai berdatangan dengan penawaran yang masuk akal bagi para investor. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar tahun 1995. Data Deperindag pada tahun 1997 tercatat sekitar 259 perusahaan penerima *franchise* di Indonesia. Setelah itu, usaha *franchise* mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima *franchise* asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000, *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit politik. Barulah pada tahun 2003, usaha *franchise* di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat. Data yang dikeluarkan Perhimpunan *Franchise* Indonesia, sampai dengan tahun 2007, jumlah

*franchise* lokal di Indonesia mencapai 360 buah dengan tingkat pertumbuhan sebesar 7% per tahun, sedangkan *franchise* asing mencapai 240 buah dengan tingkat pertumbuhan 15% per tahun hingga tahun 2010. Dari data yang diperoleh bisnis yang memiliki gerai terbanyak adalah bidang restoran atau kafe, makanan dan bisnis ritel (Majalah Info Franchise, 2010, Hlm. 15).

*Franchise* berkembang dengan pesat karena sistem ini memiliki beberapa keunggulan yang layak untuk dipertimbangkan. Keunggulan yang lain adalah *franchise* dapat dipakai oleh perusahaan besar dalam pembiayaan perusahaan. *Franchise* 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 *franchise*. *Franchise* pun memiliki kekurangan antara lain bagi *franchisee* sendiri harga *franchise* rata-rata sangat mahal menjadi kendala tersendiri di bidang permodalan. Tanggapan pasar yang berbeda-beda juga menjadi kendala tumbuh dan berkembangnya bisnis ini. *Franchise* yang berhasil di suatu daerah, ketika dicoba untuk dikembangkan di daerah lain hal tersebut tidak sukses di daerah asalnya, bahkan malah mendatangkan kerugian akibat tidak jelinjanya dalam berinvestasi. Bagi *franchisor* sendiri, dengan mengembangkan pola bisnis *franchise* berarti ia harus rela untuk menyerahkan sebagian hak eksklusifnya kepada pihak lain.

Seorang *franchisee* juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *franchisor*. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *franchisor* menunjukkan bahwa suatu usaha *franchise* adalah suatu usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik *franchisee*). Artinya pemberian *franchise* menuntut *eksklusifitas* (hak khusus yang dimiliki *franchisor* atas Hak kekayaan Intelektual), dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *non-competition clause* (tak ada daya pembanding) bagi penerima *franchise*, bahkan setelah perjanjian pemberian *franchise* berakhir.

*Franchisor* wajib memberi bantuan dalam persiapan aspek yang menyangkut bisnis yang akan dijalankan oleh *franchisee*, antara lain pelatihan karyawan agar kepuasan konsumen tercapai, pedoman operasi usaha, perencanaan tata letak ruang usaha, standarisasi dari produk yang di-*franchise*-kan dan cara kerja. *Franchisor* juga menyediakan pengadaan peralatan bisnis untuk kelengkapan usaha yang akan dijalankan oleh *franchisee*. *Franchisor* berperan sangat penting dalam aktivitas produk, pengawasan pelaksanaan usaha agar target yang diperoleh dapat dicapai. Kerja sama antara *franchisor* dan *franchisee* harus efektif, melalui kesepakatan yang dibuat secara tertulis yang disebut sebagai perjanjian *franchise*.

Konsep bisnis *franchise* dengan membagikan kepemilikan bisnis kepada siapa saja yang berminat telah menarik banyak pihak untuk menjalankan bisnis *franchise*, pola kerja sama atau sering pula disebut *profit sharing* adalah sistem pengembangan dari bisnis *franchise*, *franchisee* diberikan manajemen serta konsep yang sudah ada dari *franchisor* dan dari keuntungan yang diperoleh *franchisor* hanya diberikan *royalty* atau *fee* dari usaha *franchise* miliknya. *Franchisee* memiliki sepenuhnya bisnis *franchise* tersebut, maksudnya *franchisee* mengoperasikan bisnis *franchise* sendiri dengan konsep yang telah diberikan oleh *franchisor*, namun secara hukum dan keuangan dua pihak tersebut terpisah. *Franchise* merupakan konsep dagang yang lebih baik untuk memperluas usaha, daripada menambah operasi cabang perusahaan sendiri.

Bidang usaha yang relatif stabil adalah bisnis ritel. Di Indonesia bisnis ini terus berkembang seiring dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat. Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket Indomaret. *Franchise* Indomaret pertama kali membuka gerai pada 1997. Toko ritel ini menjual makanan, minuman, dan berbagai keperluan rumah tangga. Indomaret yang tetap konsisten berkecimpung di bidang minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan dipersiapkan memasuki era globalisasi.

Pada Tahun 1997 Indomaret memperkenalkan sistem kemitraan dan pengelolaan gerai dengan sistem *franchise*. Hingga Maret 2010 Indomaret mencapai 4110 gerai. Dari total itu 2327 gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1783 gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali dan Lampung. Salah satu gerai yang menggunakan sistem *franchise* adalah Indomaret di Desa Pekon Mulia Selatan, Pasar Krui, Lampung Barat dengan dasar perjanjian *franchise* Indomaret No : 006/WR-CLG/BDL/VII/2008 yang telah dibuat dan ditandatangani antara PT Indomarco Prismatama dan CV Tiga Dara menjadi objek dari penelitian ini. Alasan untuk memilih obyek penelitian adalah untuk melihat perbedaan antara Indomaret yang ada di daerah Kotamadya dengan Indomaret yang terletak di Kabupaten. Apakah ada perbedaan atau kelebihan dari Indomaret yang dibuka di daerah Kabupaten dalam proses pelaksanaan perjanjian. Objek yang diteliti adalah perjanjian *franchise* Indomaret No: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008 .

Atas dasar itu penulis tertarik melakukan penelitian skripsi yang berjudul: “Analisis Perjanjian Franchise di Bidang Ritel Minimarket Indomaret (Dokumen Perjanjian NO: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008)”.

## **B. Rumusan Masalah Dan Ruang Lingkup**

1. Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas, maka yang akan penulis teliti apakah isi perjanjian *franchise* ritel minimarket pada Indomaret No : 006/WR-CLG/BDL/VII/2008. Adapun yang menjadi pokok bahasan adalah :

- a) Syarat dan prosedur terjadinya perjanjian *franchise* Indomaret No: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008.
- b) proses pelaksanaan Perjanjian *franchise* No: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008.

## **2. Ruang Lingkup Penelitian**

- a) Ruang lingkup penelitian ini meliputi lingkup ilmu hukum perdata ekonomi khususnya mengenai perjanjian *franchise*, perjanjian *franchise* tentang bisnis ritel minimarket Indomaret dan prestasi yang harus dipenuhi bagi para pihak yang melakukan perjanjian dilihat dari data yang diperoleh dan peraturannya.
- b) Ruang lingkup penelitian substansi yaitu tentang:
  - 1) syarat dan Prosedur Perjanjian *franchise* No: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008.
  - 2) proses pelaksanaan Perjanjian *franchise* No: 006/WR-CLG/BDL/VII/2008.

## C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara jelas, sistematis dan terperinci mengenai analisis perjanjian *franchise* di bidang bisnis ritel minimarket Indomaret Jakarta dengan *franchisee* Indomaret Dusun Pasar Mulia Selatan, Lampung Barat.

### 2. Kegunaan Penelitian

#### a) Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bantuan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum khususnya bidang hukum perdata ekonomi berkaitan dengan *Franchise*.

#### b) Secara praktis

Sebagai penambahan pengetahuan penulis dan bagi mereka yang berminat untuk mempelajari masalah *Franchise*.

#### c) Secara Akademis

Sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung.