

PENGARUH BERLAKUNYA PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA TERHADAP PERTUMBUHAN WARALABA DI SURAKARTA

Moch Najib Imanullah

Abstract

The objectives of this research are to determine the growth of franchising in Surakarta after enactment of Government Regulation Number 40 of 2007 concerning Franchising, to know constraints in developing franchising, and its solutions in Surakarta. To achieve these objectives, researcher conducts the empirical legal research. Primary data collected by structured interview, and secondary data collected by content identification. Data analysis is used editing analysis style. The result of this research showed that Government Regulation Number 42 of 2007 concerning Franchising has not significant contribution to franchise development in Surakarta. There is no significant franchise agreement registration in Surakarta. There is a socialization problem, such as lack of government officer. The solution is the government creates cooperation with higher education institution.

Keywords: enactment of Government Regulation of Franchising, franchises growth.

A. Pendahuluan

Waralaba merupakan alih kata *franchise*, yaitu suatu metode bisnis untuk memasarkan produk dan jasa ke masyarakat (Lloyd Tarbutton, 1986: 2), yang memberikan hak istimewa yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan sejumlah kewajiban pembayaran (Adrian Sutedi, 2008: 6). Dari Amerika Serikat (Hacket, 1976:126) *franchise* berkembang ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Franchise asing yang pertama kali masuk Indonesia adalah Kenthucky Fried Chicken yaitu pada tahun 1979 dalam naungan PT. Fast Food Indonesia (M. Fuad, 2000: 50). Istilah waralaba sebagai padanan kata *franchise* mulai disebut dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Dalam Pasal 27 Undang-Undang tersebut diatur bahwa kemitraan dilaksanakan antara lain dengan pola waralaba. Dipilihnya waralaba sebagai bentuk kemitraan tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan waralaba, yaitu: para pengusaha dapat segera memulai kegiatan usaha, produk dan/atau jasa sudah dikenal, adanya bantuan pemasaran dan promosi, serta pelatihan untuk menjalankan usaha.

Menindaklanjuti ketentuan Pasal 27 Undang-Undang Usaha Kecil, maka Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, untuk menciptakan tertib usaha, meningkatkan peran masyarakat luas dalam usaha waralaba khususnya sebagai penerima waralaba dan pemasok barang/jasa. Peraturan

Pemerintah tentang Waralaba ini kemudian ditindaklanjuti dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, yang kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006.

Dalam perkembangannya, Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dirasakan kurang dapat memenuhi kebutuhan para pemberi maupun penerima waralaba yang menuntut adanya suasana usaha waralaba yang tertib. Untuk menjawab persoalan ini, dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang diberlakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pembinaan usaha waralaba, dengan mendorong pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri maupun di luar negeri. Namun demikian, di sini perlu dikaji keefektifan peraturan pemerintah tentang waralaba untuk mencapai tujuan tersebut, khususnya dalam rangka menumbuhkan usaha waralaba di Surakarta.

B. Tinjauan Pustaka

Berpijak pada pengertian waralaba merupakan istilah yang menunjuk pada hubungan antara dua pihak atau lebih dalam pendistribusian barang (Mendelsohn, 1997: 4), maka Mancuso dan Donald Boroian memberikan pengertian *franchise* sebagai format bisnis ini dengan lebih tegas, yaitu *franchisor*

memberi izin kepada *franchisee* untuk memasarkan produk atau jasa menggunakan nama, merek dagang, dan format bisnis *franchisor* (Joseph Marcuso dan Donald Boroian, 2006: 15).

Mencermati dua pengertian waralaba tersebut, terkesan bahwa unsur utama *franchise* adalah lisensi dan ada kesan bahwa *franchisee* sebagai agen. Namun kesan ini dibantah oleh Hadi Setia Tunggal yang menegaskan bahwa waralaba berbeda dengan lisensi dan keagenan. Waralaba merupakan cara memperluas jaringan usaha dengan menjual merek disertai konsep yang standar atau baku dalam menjalankan usaha yang sama untuk semua penerima waralaba, disertai dengan kewajiban membayar sejumlah dana yang dinamakan *franchise fee* dan royalti atau keuntungan (Hadi Setia Tunggal, 2006:1). Selanjutnya lisensi merupakan izin yang diberikan oleh pemegang merek kepada suatu perusahaan untuk memproduksi merek yang sama dengan standar yang telah ditetapkan. Sementara itu, keagenan adalah hak yang diberikan oleh produsen kepada suatu perusahaan untuk mendistribusikan produk tertentu di wilayah atau kawasan tertentu.

Dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba tersebut ditegaskan bahwa 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. Dari pengertian tersebut, terlihat jelas betapa pentingnya kegiatan usaha waralaba memperhatikan aspek hukumnya (Moch Basarah dan Faiz Mufidin, 2008: 6).

Untuk dapat dikatakan sebagai waralaba, suatu usaha harus memenuhi kriteria: memiliki ciri khas usaha sebagai berikut.

1. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
2. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
3. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
4. Adanya dukungan yang berkesinambungan;
5. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.

Dari ketentuan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba tersebut dapat diketahui bahwa obyek waralaba adalah hak khusus terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha, yaitu suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas tersebut,

misalnya: sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, penataan, dan cara distribusi.

Namun apabila merujuk pada ketentuan Pasal 3 Peraturan Pemerintah tersebut, dapat diketahui juga bahwa obyek dari waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan HKI tersebut telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM). Adapun HKI yang menjadi obyek waralaba adalah HKI yang terkait dengan usaha, yaitu: merek, paten, dan rahasia dagang .

Ada dua pihak dalam usaha waralaba, yaitu: pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba merupakan orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba merupakan orang perorangan atau badan hukum yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Dalam bukunya yang berjudul *Franchising the Most Practical and Excellent Way of Succeeding*, Bambang N. Rachmadi menyatakan bahwa *franchise* sebagai kebijakan, strategi, dan pola untuk mengembangkan usaha kecil menengah (UKM) sudah lama dikembangkan oleh negara-negara maju. Hal ini dikarenakan *franchise* mempunyai banyak kelebihan, yaitu secara organisasi *franchise* mempresentasikan sebuah aliansi kolaboratif, yang keberhasilannya tergantung pada kerjasama antar *franchisor* dan *franchisee* (Bambang N. Rachmadi, 2007: 1-8). Selain itu, waralaba juga dapat dipergunakan sebagai model pengembangan usaha ke pasar internasional (Bodewyn, 1986: 48), untuk melakukan investasi (Dymza, 1984: 170), dan memadukan keuntungan lokal dengan keuntungan global (Buckely, 1998: 539).

Franchise juga mempunyai keterbatasan dan kelemahan yang menimbulkan kerugian. Dalam *Small Business Management*, Justin G. Longenecker, Charlos W. Moore, dan J. William Petty mengidentifikasi ada tiga kekurangan *franchise* yaitu dalam hal (Longenecker, et all, 2000: 66-68):

1. Biaya yang berhubungan dengan *franchise* yang seringkali dituntut sangat tinggi oleh *franchisor*,
2. Pembatasan operasi yang membatasi kontrak *franchise*, seperti membatasi daerah penjualan, membatasi barang dan jasa yang ditawarkan untuk dijual, membatasi periklanan dan jam kerja;
3. Hilangnya kebebasan sebagai akibat dibawah pengendalian langsung dari *franchisor*.

Sebelum para pihak sampai pada kesepakatan membuat dan menandatangani perjanjian ada kewajiban yang harus dipenuhi *franchisor*, yaitu harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba. Keharusan penyampaian prospektus tersebut dalam rangka memenuhi prinsip *disclosure* dalam usaha *franchise*. Sebagai pembanding, di Amerika Serikat pemerintah mengharuskan pemberi waralaba menyiapkan suatu *disclosure statement* atau yang secara resmi dinamakan *Uniform Franchise Offering Circular* (Iman Sjahputra Tunggal, 2004: 26). Sementara itu kode etik *World Franchise Council* mengatur bahwa prinsip keterbukaan tersebut berlaku untuk kedua belah pihak yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Berdasarkan ketentuan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, perjanjian waralaba sebagai dasar terbitnya "hak khusus" dalam usaha waralaba paling sedikit harus memuat klausul:

1. Nama dan alamat para pihak;
2. Jenis Hak kekayaan Intelektual (HKI);
3. Kegiatan usaha;
4. Hak dan kewajiban para pihak;
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
6. Wilayah usaha;
7. Jangka waktu usaha;
8. Tata cara pembayaran imbalan;
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
10. Penyelesaian sengketa;
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian tersebut harus dibuat dalam bentuk tertulis dengan menghormati Hukum Indonesia. Apabila ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia (Pasal 4).

Selain harus memenuhi ketentuan yang ada dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, agar perjanjian tersebut sah dan mempunyai kekuatan mengikat, maka harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu: sepakat mereka yang mengikatkan diri, cakap untuk melakukan perbuatan hukum, hal tertentu sebagai obyek perjanjian, dan kausa atau sebab yang halal. Disamping itu, kontrak waralaba tersebut harus disusun berdasarkan asas-asas yang tepat untuk kontrak waralaba, yaitu: asas kemitraan, asas pikul bareng, Asas *informatieplicht*, yang mengharuskan pihak pemberi waralaba berlaku jujur,

khususnya memberitahukan rahasia dagangnya kepada penerima waralaba, asas *confidential*, yang mewajibkan pemberi waralaba maupun penerima waralaba untuk merahasiakan data ataupun ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, dan asas itikad baik (Ita Gambiro, 1995:13-14)

Usaha waralaba harus didaftarkan agar memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang diatur oleh Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dalam Keputusan Menteri Perdagangan ini, juga diatur mengenai pembinaan dan pengawasan yang harus dilakukan oleh pemberi waralaba maupun Pemerintah.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris. Data yang dipergunakan berupa data primer yaitu informasi yang diterima dari informan serta data sekunder yaitu dari bahan pustaka, khususnya bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur waralaba, dan bahan hukum sekunder yaitu jurnal dan buku referensi yang membahas waralaba. Penelitian ini menggunakan dua instrumen pengumpulan data, yaitu: kuesioner dan wawancara. Kuesioner yang dipergunakan adalah kuesioner tipe tertutup, sedangkan wawancara yang dipergunakan adalah wawancara terstruktur.

Untuk menjaga kesahihan data primer maka dilakukan triangulasi data, yaitu data yang telah diperoleh dari suatu sumber dibandingkan dengan data dari sumber yang lain. Sedangkan terhadap data sekunder, dilakukan kritik sumber. Adapun analisis data dilakukan dengan teknik *editing analysis style* (Crabtree, 1995).

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pengaruh Berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba terhadap Pertumbuhan Waralaba di Surakarta

Memperhatikan desakan para pengusaha waralaba di Indonesia untuk adanya sebuah peraturan waralaba, maka pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Politik hukum dari peraturan pemerintah ini adalah untuk menciptakan tertib usaha dan perlindungan terhadap konsumen, untuk meningkatkan peranan dan keikutsertaan masyarakat luas dalam usaha waralaba khususnya peran usaha kecil menengah sebagai pemberi maupun penerima waralaba serta sebagai pemasok, dan pengembangan

usaha waralaba dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan pemberi waralaba.

Dalam peraturan pemerintah tersebut ditegaskan bahwa waralaba adalah perikatan ketika salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau suatu 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 (Pasal 1). Di sini pemerintah dalam rangka melindungi pengusaha kecil-menengah yang pada saat itu kebanyakan menjadi penerima waralaba asing merasa perlu untuk menekankan bahwa usaha waralaba tidak semata-mata hubungan bisnis murni, tetapi merupakan hubungan bisnis yang terikat dalam hubungan hukum yang menjamin kesetaraan kedudukan para pihak di hadapan hukum. Penegasan ini bertujuan untuk mereduksi adanya kecenderungan bahwa dalam usaha waralaba pengusaha kecil-menengah selalu berada dalam posisi tawar yang lebih rendah dibanding pemberi waralaba asing.

Untuk menjamin kesetaraan hak dan kewajiban tersebut, maka waralaba harus diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis, dibuat dalam Bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku Hukum Indonesia (Pasal 2). Bentuk perjanjian tertulis dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum dan akan sangat membantu sebagai alat bukti apabila terjadi sengketa di antara para pihak. Pembuatan perjanjian dengan menggunakan bahasa Indonesia, bertujuan agar para pengusaha kecil-menengah Indonesia sebagai penerima waralaba tidak terjerumus dalam jebakan-jebakan yang dirancang oleh pemberi waralaba asing, yang jelas-jelas pasti akan merugikan. Adapun ketentuan bahwa perjanjian waralaba berlaku hukum Indonesia dimaksudkan agar tidak terjadi problem pilihan hukum manakala terjadi sengketa antara pemberi waralaba asing dengan penerima waralaba Indonesia. Penggunaan hukum Indonesia, tentunya akan memberikan keuntungan bagi penerima waralaba Indonesia, karena akan lebih memenuhi rasa keadilan mereka.

Bentuk perlindungan lain yang diberikan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba adalah upaya agar

pengusaha kecil-menengah sebagai penerima waralaba asing tidak tertipu seperti membeli kucing dalam karung. Untuk tujuan ini maka Pasal 3 mengatur bahwa sebelum membuat perjanjian waralaba, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan yang sebenarnya kepada penerima waralaba secara tertulis, sekurang-kurangnya mengenai: pemberi waralaba berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya, hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba; persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba; bantuan atau fasilitas yang ditawarkan, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Di samping itu juga harus memuat: pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian waralaba dan hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Ketentuan tersebut dimaksudkan agar calon penerima waralaba dapat mengetahui legalitas dan bonafiditas pemberi waralaba. Oleh karena itu, pemberi waralaba harus memberi waktu yang cukup kepada calon penerima waralaba untuk mempelajari dan meneliti informasi-informasi yang disampaikan oleh pemberi waralaba.

Terobosan yang dilakukan oleh peraturan pemerintah ini adalah adanya pengaturan yang mewajibkan pemberi dan penerima waralaba untuk mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu berdasarkan perjanjian waralaba (Pasal 4). Ketentuan ini digunakan untuk pemberdayaan usaha kecil-menengah sebagai pemasok barang atau bahan yang digunakan dalam usaha waralaba. Di samping itu, juga dimaksudkan agar tidak terjadi pemborosan devisa negara untuk mengimpor barang-barang yang sebenarnya sudah dihasilkan di dalam negeri dengan mutu yang sama.

Untuk melaksanakan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, maka pemerintah mengeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dalam keputusan ini diatur hal-hal yang harus dimuat dalam perjanjian waralaba, yaitu:

- a. Nama, alamat, dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
- b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
- c. Nama dan jenis hak kekayaan intelektual (HKI), penemuan, ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba;
- d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba;
- e. Wilayah pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian dan tatacara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara-cara penyelesaian perjanjian;
- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Tatacara pembayaran imbalan;
- j. Ganti kerugian dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada penerima waralaba.

Perjanjian waralaba tersebut berlaku sekurang-kurangnya lima tahun (Pasal 8). Ketentuan ini dimaksudkan agar pengusaha kecil-menengah sebagai penerima waralaba sudah dapat menikmati keuntungan usaha waralaba, atau paling tidak sudah kembali modal.

Berlakunya peraturan perundang-undangan yang mengatur waralaba tersebut disambut gembira oleh para pelaku usaha waralaba. Bagi pemberi waralaba asing, ekspansi usaha mereka ke Indonesia telah mendapatkan legitimasi dan jaminan hukum, sementara bagi usaha kecil – menengah sebagai penerima waralaba akan memperoleh kepastian hukum, kepastian berusaha, serta perlindungan hukum. Namun sayang, krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia dan mencapai puncaknya pada tahun 1998, yang mengakibatkan perkembangan waralaba tidak menggembirakan. Berbagai pihak, dalam hal ini pemerintah, pelaku usaha waralaba, asosiasi waralaba, dan pihak-pihak lain yang terkait tetap melakukan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan waralaba. Perlahan namun pasti, usaha waralaba di Indonesia semakin berkembang dengan baik,

dan mulai menunjukkan eksistensinya dalam tiga tahun terakhir.

Dalam perjalanan waktu, pemerintah merasa perlu untuk memperbaiki peraturan waralaba, agar aktual sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha waralaba. Maka dikeluarkanlah Keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tatacara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Dalam keputusan ini dilakukan perbaikan ketentuan dalam hal: jangka waktu perjanjian waralaba, persyaratan pemberi waralaba dari luar negeri.

Berdasarkan ketentuan Pasal 7 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan tersebut, jangka waktu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama ditentukan paling sedikit 10 tahun. Sedangkan antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan berlaku paling sedikit lima tahun. Sedangkan Pasal 8 mengatur, bahwa pemberi waralaba dari luar negeri wajib memiliki surat keterangan legalitas usaha yang dikeluarkan oleh instansi berwenang di negara asalnya, dan harus dilegalisasi oleh Atase Perdagangan/Pejabat Perwakilan Republik Indonesia di negara setempat. Ketentuan-ketentuan tersebut semata-mata dimaksudkan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi usaha kecil-menengah sebagai penerima waralaba.

Dalam perkembangannya keberadaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba mendapat protes dari para pemberi waralaba. Mereka beralih bahwa peraturan pemerintah tersebut justru tidak mencerminkan prinsip kesetaraan para pihak di hadapan hukum, karena sangat berpihak kepada penerima waralaba, khususnya dari pengusaha kecil – menengah. Kondisi ini justru menghambat dan merugikan pertumbuhan waralaba di Indonesia. Banyak pengusaha Indonesia yang mestinya mampu menjadi pemberi waralaba mengurungkan niatnya karena peraturan pemerintah tersebut lebih memihak kepada penerima waralaba. Padahal tujuan pembangunan usaha waralaba ditujukan untuk mendorong pengusaha nasional menjadi pemberi waralaba yang handal, yang mempunyai daya saing di dalam negeri maupun luar negeri.

Menyadari hal tersebut, maka dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Pada peraturan pemerintah ini, pengertian waralaba bukan lagi

merupakan hubungan hukum, tetapi waralaba adalah hak khusus yang dimiliki 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 digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba (Pasal 1). Jadi di sini pemerintah hendak mengembalikan waralaba ke arah hubungan bisnis. Tidak lagi menarik waralaba ke ranah hukum seutuhnya. Namun demikian, nuansa hukum masih tetap dipertahankan yaitu penegasan bahwa hak khusus pada waralaba tersebut adalah hak kekayaan intelektual (HKI) dan penggunaannya tetap harus berdasarkan perjanjian.

Upaya penyeimbangan kepentingan antara penerima waralaba dengan pemberi waralaba khususnya waralaba asing, dapat dilihat dari ketentuan Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang mengatur bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Jadi tidak lagi secara otomatis terhadapnya berlaku hukum Indonesia seperti yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Jadi masih ada ruang untuk penggunaan hukum selain hukum Indonesia, dalam rangka memenuhi rasa keadilan bagi pihak pemberi waralaba asing. Perubahan lain adalah perjanjian tersebut tidak lagi harus ditulis dalam bahasa Indonesia. Perjanjian waralaba dapat ditulis dalam bahasa asing, hanya saja perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Perubahan yang lain adalah penyeimbangan hak dan kewajiban para pihak. Seperti diketahui bahwa pemberi waralaba wajib mengutamakan penggunaan barang dan atau hasil produksi dalam negeri. Hanya saja dalam Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan hak kepada pemberi waralaba untuk menentukan standar mutunya. Demikian juga mengenai kerjasama dengan pengusaha kecil-menengah, pemberi waralaba diberi hak untuk menentukan persyaratannya.

Perbaikan peraturan waralaba tersebut disambut positif oleh para pelaku usaha waralaba, sehingga akhir-akhir ini perkembangan sektor maupun perusahaan waralaba semakin menggembirakan, baik

pada usaha waralaba lokal maupun waralaba asing, meliputi: otomotif, bantuan dan jasa bisnis, produk dan jasa konstruksi, jasa pendidikan dan pelatihan, rekreasi/hiburan dan hotel; *fast food restaurant and take aways*, gerai makanan dan minuman, ritel; *laundry*, fotografi, *Beauty salon*, dan *direct mail*.

Waralaba merupakan institusi bisnis. Namun demikian faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan melakukan usaha waralaba dan mendukung keberhasilannya tidak semata-mata hanya berdasarkan faktor ekonomi saja. Faktor-faktor lain yang bersifat non ekonomi juga memberikan kontribusi yang cukup signifikan. Dari penelitian yang telah dilakukan teridentifikasi adanya 14 faktor yang memberikan kontribusi bagi pengambilan keputusan untuk melakukan usaha waralaba, yaitu: merek, dukungan pelayanan berlanjut, lokasi; iklan dan promosi penjualan, layanan pelanggan, perundang-undangan, kebijakan pemerintah, kredit khusus perbankan, asosiasi dan konsultan, pendidikan; stabilitas politik, sosio kultural, nilai-nilai agama, dan usia.

Dari paparan tersebut terlihat bahwa faktor peraturan perundang-undangan yang mengatur waralaba memberikan kontribusi yang cukup signifikan, yaitu menjadi faktor utama dalam pertimbangan pengambilan keputusan untuk melakukan usaha waralaba, setelah pertimbangan-pertimbangan yang termasuk dalam faktor-faktor ekonomi.

Amanat Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba salah satu di antaranya adalah melakukan pembinaan waralaba. Dari Penelitian yang telah dilakukan teridentifikasi ada tiga hal yang saat ini dilakukan secara serius oleh pemerintah dalam rangka melakukan pembinaan terhadap usaha waralaba, yaitu:

- a. Pendidikan dan pelatihan waralaba.
- b. Memfasilitasi usaha kecil-menengah untuk mengikuti pameran waralaba di dalam negeri.
- c. Bantuan perkuatan modal.

Pendidikan dan pelatihan waralaba dilakukan melalui pendidikan formal maupun non formal. Pada pendidikan formal materi teori maupun pelatihan waralaba diintegrasikan pada mata kuliah Kewirausahaan, yang hampir setiap universitas memilikinya. Sedangkan pendidikan dan pelatihan waralaba melalui jalur non formal dilakukan oleh Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan konsultan waralaba, asosiasi waralaba, melalui: diskusi,

seminar, temu bisnis, serta pelatihan-pelatihan seperti penyusunan prospektus dan perancangan perjanjian.

Peran pemerintah dalam mendorong pengusaha waralaba Indonesia agar memiliki daya saing di dalam negeri maupun luar negeri adalah dengan memfasilitasi mengikuti pameran waralaba internasional. Data yang diperoleh penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Perdagangan RI telah memfasilitasi 51 usaha kecil-menengah untuk mengikuti pameran *Franchise, License, and Business Concept Expo and Conference 2008* dengan anggaran yang dikeluarkan mencapai Rp. 800.000.000,-.

Salah satu kelemahan usaha kecil-menengah dalam menjalankan usaha waralaba adalah masalah pemodal. Banyak usaha kecil menengah yang sebenarnya layak dan memenuhi persyaratan waralaba tetapi kekurangan modal untuk menjadi penerima maupun pemberi waralaba. Untuk membantu mengatasi permasalahan ini, maka dikeluarkan paket-paket kredit bank atau lembaga pembiayaan untuk memberikan kredit pembiayaan usaha waralaba, antara lain sebagai berikut.

- a. Bank Rakyat Indonesia (Kredit Waralaba).
- b. Bank Mandiri (Kredit Pembiayaan Waralaba).
- c. Bank BNI (Kredit BNI Wirausaha).

Di luar dukungan yang telah dipaparkan tersebut, pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan RI juga memberikan fasilitas dalam hal pendaftaran dan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Telah dipaparkan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah adanya hak kekayaan intelektual (HKI) yang terdaftar. Padahal, pendaftaran HKI, hak merek misalnya, memerlukan waktu yang cukup lama. Dalam kasus seperti ini, Kementerian Perdagangan RI mengambil kebijaksanaan bersedia mendaftarkan usaha waralaba tersebut asalkan pendaftaran HKI sudah dimasukkan ke Dirjen HKI.

Berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba tersebut tidak serta merta dapat dilaksanakan, termasuk di wilayah Surakarta. Hal ini dikarenakan peraturan pelaksanaannya belum ada, dan baru keluar pada tanggal 21 Agustus 2008 yaitu dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Setelah berlakunya keputusan Menteri Perdagangan tersebut, di Surakarta baru

muncul sebuah usaha waralaba, yaitu sebuah kafe kopi yang dikelola oleh pengusaha wanita asal Solo. Kurun waktu yang masih belum lama tentunya tidak dapat dijadikan dasar untuk menilai secara empirik pengaruh berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba terhadap pertumbuhan waralaba di Surakarta. Namun demikian, apabila mengkaji ketentuan-ketentuan dan program-program pengembangan usaha waralaba dalam peraturan tersebut dan peraturan pelaksanaannya, maka secara normatif dapat dikatakan bahwa peraturan tersebut prospektif untuk meningkatkan pertumbuhan usaha waralaba di Surakarta.

2. Kendala-kendala dalam Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Waralaba di Surakarta dan Alternatif Solusinya

Kendala utama dalam pengembangan usaha waralaba di Surakarta agar dapat tumbuh sesuai dengan harapan, yaitu di atas 15% per tahunnya adalah karena belum tersosialisasinya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha waralaba dan juga instansi terkait menunggu keluar dan berlakunya peraturan pelaksanaannya. Peraturan pelaksanaan yang ditunggu-tunggu tersebut baru keluar pada tanggal 21 Agustus 2008, yaitu dengan diberlakukannya Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dengan demikian, yang perlu untuk segera dilakukan adalah menjalin kerjasama antara Dinas Perdagangan dengan kalangan akademisi dan kalangan bisnis untuk mensosialisasikan ketentuan-ketentuan dan program-program pengembangan usaha waralaba sebagaimana diatur dan diprogramkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

E. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan waralaba di Surakarta. Hal ini dikarenakan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, sebagai peraturan

pelaksanaan, baru dikeluarkan pada tanggal 21 Agustus 2008, sehingga belum cukup waktu untuk sosialisasi dan melaksanakan ketentuan-ketentuan yang diaturnya. Dengan demikian kendalanya adalah kesiapan aparat terkait untuk melakukan sosialisasi peraturan tersebut, dan melaksanakan program-program dalam rangka meningkatkan usaha waralaba yang diatur dalam Keputusan Menteri Perdagangan tersebut.

F. Saran

Berdasarkan simpulan maka disarankan kepada pihak terkait untuk melakukan kerjasama dengan kalangan akademisi dan kalangan bisnis untuk melakukan sosialisasi ketentuan-ketentuan dan program-program memajukan usaha waralaba yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008.

Daftar Pustaka

- Adrian Sutedi. 2008. *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Badan Pembinaan Hukum Nasional. 1995. *Laporan Akhir Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tentang Waralaba*. Jakarta: BPHN.
- Bambang N. Rachmadi. 2007. *Franchising The Most Practical and Excellent Way of Succeeding*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Boddewyn. 1986. "Service Multinationals: Conceptualization, Measurement and Theory". *Journal of International Business Studies* 17, p.41-57(01 September 1986).
- Buckely, Peter. 1998. "Analyzing Entry Market Strategies: Extending the International Approach". *Journal of International Business Studies* 29, p.539-561 (01 September 1998).
- Crabtree, Benyamin F. 1995. *Doing Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Dymza, William A. 1984. "Global Strategic Planning: A Model and Recent Development". *Journal of International Business Studies* 15, 169-183 (01 June 1984).
- Hacket, Donald W. 1976. "The International Expansion of US Franchise System: Status and Strategies". *Journal of International Business Studies* 7, p.65-76 (01 March 1976).
- Hadi Setia Tunggal. 2006. *Pewaralabaan*. Jakarta: Harvarindo.
- Iman Syahputra Tunggal. 2004. *Franchising, Konsep dan Kasus*. Jakarta: Harvarindo.
- Ita Gambiro. 1995. *Usaha Waralaba*. Jakarta: BPHN.
- Longenecker, Justin G., et.al. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mancuso, Joseph dan Donald Boroian. 2006. *Peluang Sukses Bisnis Waralaba (alih bahasa Besongo Dharmaputra)*. Jogjakarta: Dolphin Book.
- Mendelsohn, Martin. 1997. *Franchising*. Jakarta: LPPM.
- M. Fuad. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moch Basarah dan Faiz Mufidin. 2008. *Bisnis Waralaba dan Aspek Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Tarbuton, Lloyd. 1986. *The How to Book*. New York: Englewood Cliff.