

PENGEMBANGAN BISNIS RAHASIA DAGANG DENGAN CARA FRANCHISE

Oleh : Isran Idris, SH.,MH.

Pembangunan ekonomi suatu negara tidak boleh hanya mengandalkan keunggulan komperatif (comperative advantage), tetapi harus diiringi dengan keunggulan kompetitif (kompetitif advantage), bahkan banyak negara pada saat ini justru mengadalkan keunggulan kompetitif seperti Hak Kekayaan Intelektual sebagai dasar membangun perekonomian. Franchise adalah salah satu cara pembiakan usaha yang bertujuan melipat gandakan nilai ekonomi Hak Kekayaan Intelektual khususnya Rahasia Dagang yang sangat terkenal dan ampuh pada perdagangan trans nasional pada saat ini.

Keywords : Pengembangan Bisnis Rahasia Dagang, Cara Franchise

I. PENDAHULUAN

Trade Related Aspec of Intellectua Property Rights (TRIPs) adalah salah satu kesepakatan perjanjian yang dihasilkan oleh Putaran Perundingan General Agreement on Tarif and Trade (GATT) Uruguay Round di Marakesh tahun 1994. sebenarnya GATT adalah forum utama perundangan perdagangan internasional secara multi nasional. Pada mulanya Hak Kekayaan Intelektual tidak diatur dalam GATT, tetapi diakui sebagai salah satu kepentingan nasional. Atas desakan negara maju masalah perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dimasukan ke dalam agenda perundingan GATT, dan merumuskan perjanjian-perjanjian dalam satu paket. "Alasan dari usulan tersebut karena negara maju menganggap bahwa pengatuan perlindungan terhadap hak-hak yang berkaitan dengan paten, merek dagang, hak cipta, rahasia dagang, dan disain industri dibawah pengatuan World Intellectual Property Right Organization (WIPO) dianggap belum memadai" (Sudargo Gautama, hal 18, 1990)

Rancangan dasar teks TRIPs tersusun dengan berbagai permasalahan, dan perbedaan pendapat antara negara maju dan negara berkembang yang berkitan dengan standar pengaturan, dan perbedaan tingkat kehidupan sosial ekonomi, serta tingkat kemampuan masing-masing negara dibidang Hak Kekayaan Intelektual yang merupakan kepentingan masing-masing negara. Direktur Jendral GATT selaku ketua "Trade Negotiation Committee" merumuskan sendiri naskah rancangan persetujuan TRIPs (Chairment text). Pengaturan dalam TRIPs mempunyai ciri-ciri antara lain ;

1. Menciptakan perjanjian-perjanjian yang diadministrasikan oleh WIPO sebagai dasar pengaturan minimum, karena TRIPs harus mengikuti ketentuan-ketentuan dari komisi-komisi yang telah disepakati dalam kerangka WIPO.
2. Menentukan standar-standar pengaturan yang lebih tinggi dari yang telah ditentukan sebelumnya oleh WIPO.
3. Menentukan beberapa peraturan baru yang berkaitan dengan perlindungan Hak Milik Intelektual yang tidak pernah diatur dalam perjanjian-perjanjian internasional.

Pentingnya persoalan Hak Kekayaan Intelektual merupakan implikasi dari perkembangan perdagangan internasional, khususnya negara Amerika Serikat dan negara maju lainnya, ataupun negara industri yang menjual produknya terutama kepada negara berkembang. Pada negara berkembang perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual kurang mendapat perhatian yang serius, yang menyebabkan banyaknya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, misalnya pemalsuan merek dagang, pembajakan VCD, kaset, buku, soft ware komputer, film, dan pencurian teknologi, yang sangat merugikan para pencipta dan inventor, serta pemegang hak kekayaan intelektual lainnya. Pelanggaran tersebut bisa merusak reputasi suatu produk, menurunkan motivasi berkarya untuk menciptakan, dan menemukan teknologi baru yang berguna bagi kemajuan peradaban manusia dan meningkatkan pembangunan dibidang ekonomi.

Menurut negara-negara maju seperti AS, negara –negara yang tergabung dalam MEE, dan Jepang, ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya pelanggaran HKI ;

1. Karena kelemahan-kelamahan pelaksanaan perlindungan HKI, misalnya belum memadainya prosedur dalam tindakan dalam negeri.
2. Ketentuan-ketentuan internasional perlindungan HKI dipandang belum memadai, ada negara tertentu yang membatasi ruang lingkup perlindungan terhadap HKI. Hal ini mencakup pembatasan terhadap jenis-jenis hak yang dilindungi, perbedaan dalam pengaturan lisensi wajib, jangka waktu perlindungan yang pendek dan lain-lain.
3. Banyak negara yang melakukan pembatasan terhadap persyaratan-persyaratan dalam perjanjian lisensi seperti masalah pembatasan tingkat royalti, adanya kewajiban negara-negara untuk melakukan teknologi, dan pembatasan waktu lisensi.
4. Belum memadainya mekanisme penyelesaian senketa HKI baik pada tingkat internasional maupun nasional. (Taryana Sunandar, hal 33, 1994).

Perjanjian TRIPs tidak membatasi secara kaku terhadap para peserta untuk mengatur perlindungan HKI dalam sistem hukum nasional negara anggotanya. TRIPs hanya mengatur secara umum oleh sebab itu peserta perjanjian dapat mengatur sesuai dengan hukum nasionalnya, asal saja tidak bertentangan dengan perjanjian TRIPs. Peserta bebas menentukan metode yang tepat untuk menerapkan ketentuan-ketentuan perjanjian di dalam praktek hukumnya masing-masing. Pasal 3 TRIPs menyatakan "Each party shall accord to the national of other parties treatment as less favourable than it accord to its own nationals with regard to the protection of intellectual property". Prinsip ini mengatur perlakuan terhadap barang baik yang datang dari negara lain maupun barang produk dalam negeri harus diperlakukan sama terutama dalam pembebanan pajak dalam negeri. Penerapan prinsi ini bersifat timbal balik, aritinya setiap perlakuna yang sama baik terhadap HKI kepunyaan warga negara sendiri maupun warga negara lain. Pasal 4 menyatakan "With regard to the protection of intellectual property, any advantage, favour, privilege or immunity granted bay a member to the nationals of any other country shall be accorde immediatelly and unconditionanally to the national of all ot her members" prinsip ini menyatakan bahwa setiap konsensi (favour, privilege, advantage, immunity) yang diberikan kepada negara mitra dagangnya harus secara otomatis dinikmati pula oleh semua peserta lainnya tanpa syarat.

Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa HKI mempunyai peranan penting dalam lalu lintas ekonomi baik regional maupun internasional termasuk investasi di suatu negara guna memacu pertumbuhan ekonomi tahap demi tahap secepat daan seefektif mungkin. HKI sangat relepan dengan pembangunan ekonomi dan politik secara luas antara suatu negaa baik antara negara berkembang dan negara maju, maupun sesama negara maju ataupun negara berkembang. "AS sebagai negara jamu meminta negara berkembang untuk mengefektifkan pengaturan HKI dan menjadikan keadaan demikian sebagai konsensi timbal balik dalm pembuatan perjanjian ekonomi (WR. Cornish, hal 255, 1989). "Sebaliknya negara berkembang tidak mau diajak menyetujui pemberian perlindungan lebih besar bila AS, dan negara Eropah tidak menyediakan, atau membuka pasarannya untuk teksitl, dan hasil pertaniannya " (Peter Groves, hal 212, 1991) . HKI sangat mempengaruhi dalam dunia perdagangan antar suatu negara atau kelompok negaa, karena ia telah menjadi bagian terpenting dalam industrialisasi dan perdagangan dunia.

Pemerintah Indonesia melalui suatu kerjasama dengan negara lain seperti Amerika (UNDP), dan negara Australia (IASTP) sudah melaksanakan program sosialisasi HKI. Sosialisasi ini lebih banyak ditujukan kepada staf pengajar, aparat, dan pelaku hak kekayaan intelektual, terutama para pencipta, dan inventor. Namun demikian masyarakat masih banyak yang belum mengetahui benar tentang HKI,

bahkan termasuk dikalangan Perguruan Tinggi, dan aparat masih rancu pengetahuannya tentang HKI. Mereka belum mengetahui tentang hak dan kewajiban, dan masing-masing mencampur adukan antara satu dengan yang lain, misalnya antara paten dan hak cipta, disain industri dan rahasia dagang, termasuk nilai ekonomis dan hak mora yang terkandung di dalamnya.

Perkembangan HKI seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, dan teknologi serta budaya. Pada saat ini telah meluas kepada bidang ekonomi dan politik, dan menjadi bagian terpenting dalam industrialisasi dan perdagangan internasional. "intellectual property means the legal right result from intellectual activity in industrial, scientific, literary and artistic field" (..... WIPO, hal 5 1995).

Secara umum HKI bertujuan untuk melindungi kreator, inventor, dan produsen, dengan memberikan hak eksklusif untuk menggunakan, memperbanyak dalam waktu yang telah ditentukan, dan tidak menutup kesempatan bagi orang lain dalam memanfaatkannya dengan imbalan berupa royalti. "Intellectual property is traditional divide into two branches, industrial property and copyright. Industrial property embraces protection by means paten, trade mark, trade name, industrial design and unfair competition, and copyright embraces science, literary, and art (..... WIPO, hal 5. 1995).

Ada juga pengelompokan HKI berdasarkan sumber hukumnya yaitu "The protection is more ranging than is often appreciated and divide between that under state and that under common law. Statute ; patens, trade mark, copyright, registered design, industrial design, and common law ; action for passing off and breach of confidence" (John F. William, hal 12, 1986).

Pada saat ini HKI cukup dibagi atas ; hak cipta, merek, indikasi geografis, design industri, paten, desain rangkaian sirkit terpadu, rahasia dagang dan variatas tanaman baru. Pengelompokan tersebut tidak banyak mempengaruhi dalam praktek hukumnya dan dalam pemanfaatannya kadangkala terjadi tumpang tindih atau kombinasi. Suatu ciptan yang dilindungi dengan hak cipta bisa berkembang menjadi merek suatu produk industri, ataupun suatu hasil ketrampilan artistik yang dilindungi dengan hak cipta bisa menjadi desain industri.

Manusia dengan kemampuan intelektualnya berusaha menciptakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya bahkan kesejahteraannya dan merambah kepada komersialisasi. Kekayaan intelektual mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan perdagangan internasional. Banyak negara menyadari bahwa invensi sangat dibutuhkan dalam proses produk dan mempunyai nilai ekonomis.

Karya intelektual adalah aset yang tidak berbentuk yang mempunyai nilai ekonomis. Komersialisasi invensi merupakan serangkaian upaya pengembangan sebuah proses dan penerapan proses yang dapat dipasarkan untuk diterapkan dalam proses produksi. Pengembangan invensi melalui suatu penelitian sangat berguna dalam mengkomersialkan teknologi yang dihasilkan.

Komersialisasi hak kekayaan intelektual harus dibarengi dengan perlindungan hukum, terutama yang dimiliki dan dipegang oleh masyarakat Indonesia untuk dijadikan salah satu sumber pembangunan ekonomi, baik individu maupun nasional. Perlindungan hukum dan komersialisasi hak kekayaan intelektual membantu program pemerintah Indonesia pada saat ini untuk membangun perekonomian kreatif masyarakat. Perlindungan hukum memberikan motivasi pengusaha lebih inovatif mencari kreasi-keiasi baru dalam perdagangan dan perekonomian, karena merasa aman dan punya kesempatan untuk mememanfaatkannya secara eksklusif.

Pemanfaatan kekayaan intelektual dalam kegiatan ekonomi umumnya dengan suatu perjanjian yang dikenal dengan Licensing Agreement, yaitu izin penggunaan hak kekayaan intelektual dari licensor kepada licensee. Penggunaan Licensing Agreement menjadikan pengusaha mampu memproduksi melalui penyewaan teknologi. Salah satu bentuk lisensi Hak Kekayaan Intelektual adalah franchise yang banyak digunakan dalam menjual rahasia dagang.

Indonesia telah banyak mengadakan perjanjian yang berkenaan dengan hak kekayaan intelektual baik yang dilakukan oleh negara, pihak swasta dan individu. "Bentuk-bentuk know-how yang tangible biasanya merupakan subjek lisensi, adalah rahasia dagang, technical information, dan perjanjian lisensinya disebut Manufacturing know-how Agreement (Ita Gembro, hal 10,1999). Pengembangbiakan usaha atas dasar rahasia dagang yang menggunakan franchise berkembang pesat baik di luar negeri maupun di Indonesia.

II. PERUMUSAN MASALAH

Pada umumnya metoda perluasan usaha pada rahasia dagang (trade secrate) menggunakan franchise dalam pendistribusian/ menjual produk yang dilisensikan atau Franchise Agreement. "Franchise pada dasarnya adalah suatu cara pembiakan komersial suatu produk atau jasa yang yang ingin dijual, dengan menjual hak untuk menggunakan namanya, produk atau jasanya kepada franchisee yang menjalankan tokonya secara semi indenpenden, untuk itu franchisee harus membayar sejumlah uang kepada franchisor (Juajir Sumardi, hal 3, 1995). "Franchise is a privilege or sold, such to use a name or to sell product or servise. The right given by a manufacture or supplier to a retailer to use his product and

name on term and conditions mutually agreed upon” (Henri Campbell Black, hal 658, 1990). Franchise memberikan pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasionalnya. Fenomena yang menarik dan kajian yang perlu dibahas adalah, kenapa franchise yang pada dasarnya lisensi rahasia dagang menjadi bentuk usaha yang tumbuh berkembang dengan pesat, dan bagaimanakah franchise menggandakan nilai ekonomi pada rahasia dagang.

III. PEMBAHASAN

Rahasia dagang adalah salah satu yang diatur dalam Persetujuan TRIPs merupakan bagian dari “Undisclosed Information”, didasarkan pada upaya untuk menjamin perlindungan yang efektif untuk mencegah perolehan pengungkapan, atau penggunaan rahasia dagang tanpa ijin pemilik rahasia dagang. Pengaturan rahasia dagang bertujuan untuk mencegah persaingan curang, secara normanya melarang kepemilikan atau penguasaan secara tidak sah atas suatu rahasia dagang atau informasi yang bersifat rahasia yang memiliki nilai komersial.

Rahasia Dagang dalam Persetujuan TRIPs, yaitu informasi yang :

1. secara keseluruhan, atau dalam konfigurasi dan gabungan yang utuh dari beberapa komponennya, tidak diketahui secara luas, atau terbuka untuk diketahui oleh pihak-pihak yang dalam kegiatan-kegiatan sehari-harinya bisa menggunakan jenis informasi serupa itu.
2. memiliki nilai komersial karena kerahasiannya, dan
3. selalu dijaga kerahasiannya oleh pihak yang berhak atas informasi tersebut melalui upaya-upaya yang layak.

Pasal 39 Persetujuan TRIPs menentukan bahwa negara anggota WTO harus memberikan perlindungan bagi informasi yang bersifat rahasia dengan syarat bahwa informasi bersifat rahasia, memiliki nilai komersial, dan upaya-upaya untuk mempertahankan atau menjaga kerahasiannya telah ditempuh. Disamping itu juga mengatur perlindungan persaingan curang, yaitu *“any act competition contrary to honest commercial practices in industrial or commercial matters”*. Pengertian bertentangan dengan praktek perdagangan yang wajar, adalah pelanggaran terhadap kontrak, pelanggaran terhadap kepercayaan, usaha menghasut orang untuk melanggar kontrak, diperolehnya rahasia dagang oleh pihak ketiga yang mengetahui atau lalai karena sepatutnya mengetahui bahwa praktek semacam itu dipergunakan untuk memperoleh informasi yang bersifat rahasia. Pasal 39 Persetujuan TRIPs mencakup dua jenis “undisclosed information”, yang berbeda yaitu rahasia dagang (trade secrate dan test data. Test data harus dilindungi kepada publik termasuk pemerintah kecuali diperlukan untuk keamanan masyarakat. Berkenaan dengan hal tersebut maka Rahasia dagang yang merupakan salah satu kelompok

Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia, menurut TRIPs adalah salah satu bagian dari jenis Undisclosed Informaion.

1. RAHASIA DAGANG

Perlindungan hukum terhadap Rahasia Dagang di Indonesia adalah dalam rangka memajukan industri yang mampu bersaing secara nasional dan internasional berusaha menciptakan kreasi dan inovasi masyarakat. Perlindungan hukum sangat diperlukan dalam rangka pemilikan, penguasaan, dan pemanfaatan oleh penemu. Untuk itu perlu adanya suatu bentuk usaha yang tangguh, modern, dan global dibidang perdagangan dan investasi.

Pengaturan rahasia dagang di Indonesia bertujuan untuk :

1. Mewujudkan jaminan perlindungan hukum bagi rahasia dagang sebagai alternatif perlindungan selain perlindungan paten yang lebih murah tetapi efektif.
2. Mendorong penemuan-penemuan baru dengan cara menyediakan aturan hukum yang menjamin perlindungan terhadap pemilikan, penguasaan dan pemanfaatan penemuan-penemuan tersebut yang oleh penemunya sengaja disimpannya sebagai rahasia dagang.
3. Mengamankan kepentingan pemilik rahasia dagang, dalam kaitannya dengan pengendalian pihak-pihak terkait para karyawan yang terlibat dalam penguasaan dan penggunaan rahasia dagang, terutama dengan semakin intensifnya mobilitas kepindahan tenaga kerja antar perusahaan dan bahkan antar negara.
4. Mewujudkan dan mengembangkan etika dan moralitas perdagangan dengan cara mencegah praktek-praktek bisnis yang curang atau tidak wajar seperti pencurian, penyadapan, spionase, dan bentuk-bentuk pelanggaran kesepakatan yang berkaitan dengan kewajiban untuk menjaga kerahasiaan suatu rahasia dagang. (....., FHUI, hal 5, 2000)

Di Indonesia perlindungan hukum terhadap rahasia dagang terdapat pada Undang-undang No. 30 Tahun 2000, tentang Rahasia Dagang. Pada Pasal 1 angka (1) dirumuskan

“Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/ atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiannya oleh pemilik rahasia dagang”

Pada Pasal 3 ayat (2) Undang-undang Rahasia Dagang dinyatakan :

“Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat”

“Pengertian rahasia dagang terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut :

- a) adanya pengertian mengenai informasi,
- b) informasi tersebut merupakan informasi yang tidak diketahui oleh umum,
- c) informasi tersebut berada dalam lapangan teknologi dan/ atau bisnis,
- d) informasi tersebut harus memiliki nilai ekonomi,
- e) informasi tersebut harus dijaga kerahasiannya oleh pemiliknya".
(Gunawan Wijaha, halaman 78).

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui secara umum oleh masyarakat dan tidak telah dipublikasikan. Rahasia dagang berkenaan dengan suatu proses yang dapat berupa; sistem, prosedur, tata cara, atau formula termasuk alat-lat yang dipakai dalam proses tersebut. Rahasia dagang tidak melindungi produk, yang berbeda dengan paten yang melindungi proses dan produk. Berkenaan dengan hal tersebut maka Undang-undang No. 30 Tahun 2000, Pasal 15 huruf b. menyatakan : "Perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 tidak dianggap pelanggaran Rahasia Dagang apabila : " Tindakan rekayasa ulang atas produk yang dihasilkan dari penggunaan Rahasia Dagang milik orang lain yang dilakukan semata-mata untuk kepentingan pengembangan lebih lanjut produk yang bersangkutan".

Berdasarkan *Uniform Trade secrets Act with 1985 Amendment, Section 1, Article (4)* :

"Trade secret means information, including a formula, pattern, compilation, program, device, method, technique, or process, that :
(1) derives independent economic value, actual or potential, from not being generally known to, and not being readily ascertainable by proper means by, other persons who can obtain economic value from its disclosure or use, and
(2) is the subject or effort that reasonable under the circumstances to maintain its secrecy.

Undang-undang ini menyatakan bahwa Rahasia Dagang meliputi : formula, pola, kompilasi, program, alat-alat, metoda, teknik ataupun proses. untuk mendapatkan nilai ekonomi, dan telah berusaha secara layak menjaga kerahasiaannya.

2. FRANCHISE

2.1. franchise usaha instan

Franchise merupakan alternatif investasi yang menarik dan punya prospek yang cerah bagi orang yang tidak terlalu percaya diri merintis bisnis dengan menggunakan merek sendiri. Pesatnya pertumbuhan jaringan franchise membuktikan bahwa metoda perluasan usaha ini cukup efektif dan menjanjikan. Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) mencatat pada tahun 2007 ada sekitar 450 jaringan waralaba lokal, setahun

kemudia bertambah hingga 250 jaringan baru. Sedangkan jaringan waralaba asing sekitar 250 jaringan. (Rony Ariyanto Nugroho, Kompas, oktober 2008).

Franchise adalah usaha instan yang tinggal dijalankan saja, semua telah disediakan dalam satu paket yang bisa kita beli sesuai kesepakatan, tidak perlu punya pengetahuan bisnis yang rumit, seperti pemasaran, promosi, stok barang dan sebagainya. Sistem franchise membantu pengusaha dalam menjalankan usahanya dengan memberikan petunjuk teknis mulai dari pembukaan sampai dengan menjalankannya. Dalam membuka usaha dengan sistem franchise pengusaha harus menyiapkan tempat, modal, karena franchise adalah usaha yang mandiri. Berkenaan dengan itu maka usaha dengan sistem franchise cocok bagi mereka yang :

1. Tidak pernah punya pengalaman usaha tapi ingin menjalankan usaha untuk yang pertama kalinya.
2. Tidak mau direpotkan dengan hal-hal yang berkaitan dengan operasional atau teknis dalam membuka usaha.
3. Tidak mau mengambil resiko terlalu tinggi.
4. Punya dana yang cukup ([www, tabloidnova.com](http://www.tabloidnova.com). 4 Desember 2008

Banyak keuntungan yang berlipat ganda didapat oleh perusahaan bukan karena menjual produknya sendiri, tetapi karena lisensi ataupun franchise, seperti KFC, Mac Donald, Ayam Goreng Suharti, Ayam Goren Jogja, Es Teh 77, tela-tela, dan banyak lagi yang berkembang di Indonesia.

Franchise pada hakekatnya adalah lisensi Hak Kekayaan Intelektual, yang dituangkan dalam bentuk perjanjian (Franchise Agreement) untuk pendistribusian atau penjualan produk yang dilisensikan. "Franchise pada dasarnya adalah suatu cara pembiakan komersial suatu produk atau jasa yang ingin dijual, dengan menjual hak untuk menggunakan namanya, produk atau jasanya kepada franchisee yang menjalankan tokonya secara semi indenpenden, untuk itu franchisee harus membayar sejumlah uang kepada franchisor" (Juajir Sumadi, hal 3, 1995). "Franchise is a privilage or sold, such to use a name or to sell product or servise. The right given by a manufacture or supplier to a realiler to use his product and name on term and condition mutually agreed upun"(Henri Campbell Black, hal 658, 1990). Franchise suatu metode perluasan bisnis suatu produk, serta pelayanannya, dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional.

Bisnis franchise umumnya terlaksana dengan sukses, dan banyak sekali keuntungan yang diperoleh franchisee, misalnya ia tidak perlu lagi melakukan penelitian terhadap produk atau jasa yang menghabiskan biaya dan waktu yang tidak sedikit. Franchisee tidak perlu membiayai iklan

karena franchisor adalah perusahaan yang sukses dan mempunyai merek dan logo yang sudah dikenal masyarakat. Franchise Agreement memberikan hak kepada franchisee untuk memakai, merek, logo pengetahuan (know-how) suatu produk atau jasa termasuk menejerial dari perusahaan franchisor.

2.2. Franchise perjanjian non eksklusif

Franchise adalah sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi yang didasarkan pada kerja sama tertutup antara franchisor dan franchisee, dan terus menerus antara pelaku-pelaku independen dan terpisah baik secara hukum dan keuangan, dimana franchisor memberikan hak pada para franchisee, dan membebaskan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep franchisor (P. Lindawati. S., Sewu., halaman 35). Franchisor dan franchisee adalah pihak yang independen dan mereka adalah pelaku-pelaku usaha yang hadal dalam menjalankan kerja sama. Berkenaan dengan itu, maka perjanjian franchise harus dibuat dengan rinci, cermat dan saling menguntungkan. Untuk itu prinsip yang dapat dijadikan pedoman untuk menyetujui perjanjian franchise adalah "Any provision in any contract can be negotiated changed with the mutual agreement of the involved parties (Bryce Webster, halaman 95)

Bisnis franchise pada hakekanya adalah lisensi hak kekayaan intelektual misalnya hak merek, rahasia dagang. hak cipta, dan paten. Banyak perusahaan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda bukan dari menjual produknya tetapi adalah karena lisensi (franchise), seperti KFC, Mac Donald, Ayam Goreng Suharti, Seamen, Es Teler 77 dan lain-lain. "Franchising it is generally known today is a form of marketing or distribution in which a parent company customarily grant an individual or a relatively smal company the right, or privilege, to do business in a prescribed manner over a certain period of time in a specified place. The parent company is termed the franchisor, the receiver of the privilege is the frachisee, and the right or privilege itself, the the franchise.(Charles. L. Vaughn, halaman 2).

Beberapa dasar hukum yang berkenaan dengan lisensi yang berkenaan dengan Franchise Agreement antara lain ;

1. Undang-undang No. 19 Tahun 2002, Pasal 1 angka 14. "Lisensi adalah izin yang diberikan oleh Pemegang Hak Cipta atau Pemegang Hak Terkait kepada pihak lain untuk mengumumkan dan /atau memperbanyak ciptaannya atau produk Hak Terkaitnya dengan persyaratan tertentu.
2. Undang-undang no. 14 Tahun 2001, tentang Paten, Pasal 1 angka 13. "Lisensi adalah izin yang diberikan oleh Pemegang Paten kepada pihak lain berdasarkan perjanjian pemberian hak untuk

- menikmati manfaat ekonomi dari suatu Paten yang diberikan perlindungan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.
3. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, Pasal 1 , angka 13. "Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek Terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/ atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.
 4. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Pasal 1 angka 5. "Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemegang Hak Rahasia Dagang kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Rahasia Dagang yang diberikan perlindungan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu".

Lisensi diartikan sebagai "A personal privilege to do some particular act or series of act". The permission by competent authority to do an act which, without such permission would be illegal, a trespass, tort, or otherwise would not allowable. (Black's Law Dictionary, hal 919).

Menurut Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000, Pasal 8 :

- (1) perjanjian Lisensi wajib dicatat pada Direktorat Jendral dengan dikenai biaya sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
- (2) Pejanjian Lisensi Rahasia Dagang yang tidak dicatat pada Direktorat Jendral tidak mempunyai akibat hukum terhadap pihak ketiga.
- (3) Pejanjian Lisensi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diumumkan dalam Berita Resmi Rahasia Dagang.

Berdasarkan peraturan Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997, tentang Waralaba. Pasal 1 ayat (1). "Waralaba adalah perikatan dimana 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 imbalah berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa;

Untuk menunjang konsep pengembang biakan usaha, dengan pola pikir semakin banyak franchisee, semakin banyak franchise , dan semakin banyak royalty yang dikumpulkan oleh franchisor, maka tugas penting bagi franchisor adalah bagaimana menjaring sebanyak mungkin franchisee. Penjaringan ini sangat penting karena franchisee merupakan sumber keuntungannya melalui royalti yang telah disepakati. Franchisor menyadari pada saat ini penjualan hak yang merupakan benda tidak berwujud (intangible object) jauh lebih besar nilainya karena bisa dijual

tanpa batas jumlahnya, dibandingkan dengan benda berwujud (tangible object), yang hanya bisa dijual satu kali saja. Penjualan benda berwujud adalah pengalihan hak, yang menyebabkan semua kewenangan atas benda tersebut beralih kepada pembelinya, dan penjual tidak mempunyai hak apapun terhadap benda yang sudah dialihkan tersebut.

Pada franchise yang merupakan lisensi, adalah pemberian hak bukan pengalihan hak, yang menyebabkan hak tersebut tetap berada pada franchisor. Konsep pemikiran franchise ini menyebabkan perjanjian franchise (Franchise Agreement), tidak dilakukan secara eksklusif, agar franchise bisa dilisensikan sebanyak mungkin kepada franchisee. Franchise yang merupakan lisensi pemberian hak memungkinkan perjanjian tidak eksklusif ini dibuat dan dilaksanakan, yang dapat diberikan kepada sejumlah pihak (calon franchisee), tanpa batas.

2.3. standarisasi

Pada dasarnya franchise adalah usaha yang terukur dan standar. Standarisasi dalam franchise sangat diperlukan agar kualitas objek franchise yang dijual kepada konsumen mempunyai nilai yang sama pada setiap franchise. Pada rahasia dagang yang menggunakan franchise seperti makanan siap saji, maka objek franchise sangat penting seperti ; Merek, Rahasia Dagang, Hak Cipta, dan Paten. Franchisor harus mempertahankan atau menjaga standarisasi objek franchise, terutama rahasia dagang yang produknya dibeli oleh konsumen.

Bagi calon calon franchisee harus memperhatikan objek franchise terutama rahasia dagang yang ditawarkan franchisor, agar usaha yang telah disepakati dalam suatu perjanjian dapat berjalan dengan baik, dan mendapatkan keuntungan yang besar. "Perjanjian Franchise selalu memuat klausula yang melarang para pihak (franchisor maupun franchisee) untuk memberikan rahasia dagang kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai kepentingan dengan bisnis (Lindawaty S. Sewu, halaman 41). Menjaga rahasia dagang adalah merupakan keharusan, karena objek terpenting dalam franchise adalah rahasia dagang itu sendiri, kalau rahasia dagang menjadi diketahui oleh umum, maka pihak lain akan bisa melakukan hal yang sama dengan franchisor dan franchisee, bahkan menjadi kompetitornya.

Pentingnya menjaga kualitas yang baik, maka diperlukan pemberian pelatihan yang baik, mantap, berkualitas, serta pemberian bantuan teknik yang diberikan secara berkala oleh franchisor kepada franchisee. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka diperlukan standar operasional yang dituangkan dalam buku petunjuk operasional (operation manuals) yang berisikan :

- a. Pendahuluan yang memuat uraian pendahuluan yang menguraikan hakekat dasar dari sistem kerja serta falsafah bisnis jasa personal yang mendasarinya.
- b. Sistem Operasional yang menguraikan bagaimana sistem operasi dibentuk, dan bagaimana serta mengapa berbagai unsur-unsur pokok saling bersesuaian.
- c. Metode operasional yang mendetail menguraikan mengenai perlengkapan apa yang diperlukan, apa fungsinya, dan bagaimana mengoperasikannya,
- d. Instruksi pengoperasian
- e. Persyaratan yang berkaitan dengan penampilan staf
- f. Prosedur pelatihan staf
- g. Prosedur memperkerjakan staf dan peraturan perundang-undangannya
- h. Prosedur kedisiplinan staf, serta kewajiban franchisee
- i. Kebijakan penetapan harga
- j. Kebijakan pembelian
- k. Standar produk, termasuk prosedur menangani keluhan pelanggan
- l. Standar layanan
- m. Tugas-tugas staf
- n. Pembayaran uang franchise
- o. Akuntansi
- p. Kontrol kas dan prosedur perbankan
- q. Periklanan dan pemasaran
- r. Persyaratan presentasi gaya gedung yang dimiliki franchisor
- s. Cara untuk menggunakan merek dagang dan/ merek jasa, asuransi, prosedur pengendalian sediaan (P.Lindawaty, S. Sewu, SH.,Hum, hal 39-40).

Standarisasi merupakan pedoman bagi franchisee menjalankan usahanya, dan sekaligus alat kontrol bagi franchisor dalam mengawasi dan evaluasi, serta mengatur pelaksanaan usaha franchise.

I. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa;

1. Pesatnya perkembangan usaha franchise (lisensi rahasia dagang) karena franchise adalah suatu bentuk usaha alternatif investasi yang menarik dan punya prospek yang cerah, bagi orang yang punya modal tapi tidak terlalu percaya diri merintis bisnis dengan menggunakan merek sendiri. Franchise adalah usaha instan yang bisa dilaksanakan segera oleh franchisee, karena semua telah disediakan dalam satu paket oleh franchisor.

2. franchise pada dasarnya adalah lisensi hak kekayaan intelektual yang merupakan perjanjian pemberian hak, bukan pengalihan hak yang dilakukan dengan perjanjian non eksklusif, agar franchisor bisa melakukan perjanjian kerja sama sebanyak mungkin dengan franchisee. Perjanjian non eksklusif franchise merupakan senjata bagi bagi franchisor untuk penggandaan nilai ekonomi rahasia dagang guna mengumpulkan royalty sebanyak mungkin dari sejumlah franchisee.
3. Pengembangan franchise sangat tergantung pada objek yang ditawarkan oleh franchisor (merek, rahasia dagang, hak cipta, paten). Proteksi terhadap rahasia dagang sangat diperlukan bagi kelangsungan frnchise. franchisor wajib menjaga standarisasi terutama rahasia dagang, agar produk yang dijual mempunyai nilai sama pada setiap franchisee. Untuk itu diperlukan pemberian pelatihan yang baik, mantap, berkualitas, serta pemberian teknik yang diberikan secara berkala oleh franchisor kepada franchisee.

Daftar Pustaka

Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement) 1994.

Agreement Between the World Intellectual Property Organization and the World Trade Organization (1995)

Black, Henry Campbell, *Black's Law Dictionary*, St Paul, Minn West Publisching Co, 1990.

Nugroho, Rony Ariyanto. *Perlu Teliti Memilih Waralaba*, Kompas 7 Oktober 2008.

Sewu, Lindawaty,. S. SH.,M.Hum, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler* (Dalam Prespektif Hukum dan Ekonomi), Cv. Utomo, Bandung 2004

Sumardi, Juajir, SH.,MH. *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.

(www.tabloidnova.com) *Usaha Instand dengan Waralaba*, 4 Desember 2008).

Uni form Trade Secrets Act wityh 1985 Amendment Vaughn, Charles. J. Franchising, D.C. Heath and Company, Toronto London, 1974.

Webster, Bryce. *The Insider Guide to Frachise*, American Management Association (tahun tidak tertera).

..... , Perlindungan Rahasia Dagang, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, November 2000.

Wijaya, Gunawan. Rahasia Dagang, PT Radja Grafindo Persada, 2001