

La Concerning Fraanchise As A Means To Achieve Global Partnership To Support Successful Development

by P Lindawaty S Sewu, Hassanain Haykal

Submission date: 14-Oct-2020 01:48PM (UTC+0700)

Submission ID: 1414776088

File name: 15_law_concerning_OCR.pdf (718.08K)

Word count: 3039

Character count: 18863

Law Concerning Franchise As A Means To Achieve Global
Partnership To Support Successful Development

By:

*Dr. P. Lindawaty S. Setou; SH., M.Hutn. & Dr. Hassanain Haykal, SR.,
M.Huln. .)*

Abstract

At present Indonesia as a nation is inflited by all kinds of disadvantageous situations. Natural disasters that have successively occurred in our land and unstable foundation of the Indonesian economy aggravated by the waves of global economic recession have hampered the realization of the purpose of establishing this country. The purpose of establishing the Indonesian nation can clearly be seen in the preamble of the 1945 Constitution, namely to achieve a just and a prosperous community. This philosophical purpose the Indonesian people wish to achieve should be realized through various efforts supported by all components in the nation. A nation can raise its standard of living and its real income by means of specialization in the production of commodities which has a high productivity. One of the programs that can be utilized to accelerate development is to provide worthwhile and productive jobs for the young generation.

One of the business activities that is in the increase and is implemented as one of the ways to develop national as well as international business is franchise. It cannot be denied that business growth by using the franchise pattern has significantly increased in Indonesia: Nowadays franchise is regarded as a business strategy that is fairly well-developed.

A program to provide worthwhile and productive jobs for the young generation can among others be carried out by developing a business pattern using the franchising method. Rapid progress in this business sector will in turn result in extensive job opportunities. At present the rapid development of this business method using the franchising pattern is inadequately supported by good laws so that legal protection for parties involved in this franchising sector in particular needs to be done in order that parties involved in this franchising pattern can be assured of good legal protection. Eventually, this franchising pattern can become a means to achieve global partnership in support of successful development.

Keywords: franchise, law concerning franchise, global partnership, development.

A. WARALABA MERUPAKAN POLA DISTRIBUSI BARANG DAN LAYANAN

1 Pembangunan yang dilakukan demi kemajuan negara Indonesia ini merupakan pembangunan yang dilakukan secara menyeluruh dan menyentuh segenap aspek kehidupan masyarakat, dalam arti tidak hanya menitik beratkan pada satu bidang tertentu saja,

Kerjasama bisnis yang terjaeli sangat beraneka ra
 ~idang bis~ apa y~ aedang dijalanbn. Keanekara~
 itu, ten~ sBJAmelahUkan masalah dan tantangom baru, karena itu lnk.:m
 harus slap IDI~ ~pat mengantisipasi setiap perkembangan yang muncul.
 Per:masalahan ~I bidang hukum akan semakin rumit dan kompleks saat
 ke_rlasaDla bilnis. yan!! dilalcukan tidalc hanya terbatas dalam suatu negara
 sala, akan letapl melibatkan hubungan dan kerjasama bisnis Iintas batas
 negara.

Perdagangan Intemasional yang dilakukan mclibatJan kepentingan dua
 atau lebih negara yang satu sama lain saling membutuhkan. Perdagangan
 Intemaasional memlDIgldn~ berbagai negara mempunyai pilihan barang
 yang lebih beragam dibandingkan dengan yang dapat diproduksi eli dalam
 neger! sendiri. Seliap negara mempunyai keterbatasan sumber daya dan
 kemampuan berproduksi sehingga hanya dapat memproduksi barangsecara
 terbalas.

Pendekatan ilmu ekonomi akan membantu menjelaskan latar belakang
 dan tujuan dad suatu negara melakukan perdagangan internasional, yakni:

"Perturu, secara faktual tidalc semua negara mampu memproduksi
 semua barang yang dibutuhkannya karena keterbatasan faktor-faktor
 ekonominya, misalnya sumber daya alarn dan teknologi.

Kedua, selera konsumen yang lebih menyukai untuk mengkonsumsi
 barang tertentu dari negara tertentu disebabkan oleh kekhususan
 serta kekhasannya.

Ketiga, secara teoritis yaitu adanya keuntungan komparatif yang
 dimiliki oleh tiap-tiap negara dalam memproduksi barang-barang
 yang diekspomya." 10

Teori keunggulan komparatif yang dimaksud oleh David Ricardo
 sebagaimana yang dikutip dalam *The Intematical Business Finmronmeul.* dapat
 dijelaskan sebagai berikut:

" He slUJWed that both countries shwuld. and indeed. will trade in order to
 mcrease their natiolUll welfare, as long as each lias o compaTa~ ~antage
 in the production of one good versus anelher. In other words, mcehVes Jo.r
 trade would exist even when one country has absolute cost adoantaSt J11
 notlling. n,c kty, Ire noted was that a country shwu'? have d,e abtlity to
 produce one good, relative to another good, thnl is different from another
 country's relative ahility fa prodllce tile same two goods 11"

Secara singkat pandangan Ricardo di atas hen~ak menyatakan bahwa
 bangsa atau orang dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatan
 riilnya melalui spesialisasi produksi komoditi di mana yang bersangkutan

10 Kesimpulan disarikan dari Gerardo P. Slat, (et.al). U mu Ilkonomi Untuk Konteks

Indonesia. Jakarta: LP3ES. 1991, him •.585-590. . E vi ment Text and Casts.

11 Anant K. Sundaram.et.al. The intem.tional BUSIness n ron

USA' Prentice-Hall International. Inc., 1995. him. 65-66 185

Misalnya: bila Indonesia men~sarkan pada memiliki produkti~ tertin~lilcinya ternyata lebih produktif dan efisien faktor-faktor produki~slangjbandJngkan dengan pesawat terbang. tenhmya dalam memproduksi ber... bil men-I.-por beras dan mengimpor pesawat akan lebih menguntungkan", a 6~ terbang dan negara lain.

al kerangka GA'ITU telah diselenggarakan bebe~apa penmdingan D am Jtlil al hasil dari perundingan terakhir adalah Uruguay perda gangan md atin~'--...ntuk World Trade Orggation (selanjumva disingkat WTO). WTO adalah organisasi ~temaSlOn yang ang~g bert jawab untuk mengatur sistem dan mekarusme perdagangan mtemaslOn~ dan produk hukum yang dibuat olehnya, atau yang telah mempunyai kekuatan hukum mengikat terhadap !egara-negara penandatangannya / pesertanya. Perdngangan intemasJonal merupakan hal y~g tidak terhindarkan untuk dilakukan negara manapun termasuk Indonesia,

Salah satu aktivitas bisnis yang semakin banyak dilaku kan dan diterapkan sebagai salah satu cara pengembangan bisnis secara internasional adalah dengan menggunakan metode *Frondrise*^U.

8. WARALABA SARANA MENCAPAI KEMITRAAN GLOBAL

Dewasa ini waralaba dianggap sebagai suatu strategi bisnis yang cukup berkembang. Perkembangan tersebut tidak dapat dilepaskan dari gaya hidup masyarakat yang semakin selektif dan mengutamakan mutu dalam memperoleh barang dan jasa, karena dengan waralaba kualitas (mutu) produk

GAIT singkltmndan 111Gt!1Clllgm'l"wt "" Tariffs wld Trask yaitu perjnnpjian intemasional elibidmg perdngngan Internasional yang mengikat lebih dari 120 negara. tujuan C...TT dapat dilihat dari pl'cilJllble GAIT ynung berbunyi sebagai berikut; *Recoglllzln8 lh4t UIClrrontll!1IS in Ill<fidd of trade mld emnomic <ndenvor shollld be ClJlldllectd wlttl q. vW to flilising s/Q7llmrds oflinillg. olSUrng full Ollploymolt and. lorge "nd sttmldly growillg volJlmc Df rml i";.omt .lld tJfcbue cimlDld. devlptiJlg Ok full use of tilt fiSOurces of the world md e:xp<mdmg tilt production Gild adwngc of goods ...:*

"Pa~""an istiJah -Frond,ist- dalam bahasa Indonesia adalah "waralaba" yang pertama !:all eliperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (LPPM). WaraJaba berasal dar; kala 'w""," yang berarti lebih atau istimewa Ibn "labt.- berarti unlungJ~di."waraJ.oo'berarti usaha y""g memberikan keuntungan lebih / iJlGIMWL Uhat I_bih Ian)ut Anur Karamoy. Sukses Usaha lewat WllnI.ba. Jakarta: JumaIlndo Altsara Grafika, 1996, him 3. Terminologi 'PtmlMrl WOT11101rl" HJHidan deogan - ~n~: dan "~tluim.WaraJol", "s~p.d.ndenganFranc!,.'!'. Pada pepuUs&n IS<rlasi uu. penuhs memilih menggunakJn temunologi "waralat." petaturaD perundnn~.undn~n di Indonesia menggunakJn istilah ini. olkan tetapI kan "nOIQllj franchise" manakJlla dil'edukan ••sunkonteksnya=ara "Frاند"; ~ea~n~i~tHkaP da; repltt menggunaknll!rmInologi "franchise". dJddsorkan pad. kerl""~a ~.rang d~n MauJ- dan alllu teknologi, yUlG independen (n\ftksudnya fmlldi~r d p..d~.lerus menerus anlara pelaku-pelaku legal (hul.-um)dan keUOl'ganeli' J.,... 1~dUJftanrJrt.c) dJUterpisah balk secara fmdl. dan mem~bankan ke~; I'r:::r Dleballcan hak pade pan indioidlUII konsep dari jr.lclll'or) Lihat le-i: ~.~ bisni..""Yasesuai dengan Fu.nchlsing. lon)ut dahun Bill'Opean Code of Bthics for

menjadi!~t daytanda~sldi"Wdalamaral~:!'~bangundari berbagai unsur yang ~per"WI . a samg ..,""...., unsur standar mutu, proses produksi, slstem D(IIN)emen yang handal seRa reputasi merek dagang dati pemberi waralaba. Unsur-unsur lel&ebats satu sama lain saling mendukung sehingga waralaba dilcatakan sebgal bentuk bisnis yang unik. Keunikannya ten:mnin dari &emil. unsur pembangun waralaba yang pada akhirnya mendorong timbulnya seperangkat aturan-aturan hukum yang khas sifatnya".

Sebelum mengupas aspelt-aspek dari pola bisnis waralaba ada baiknya dipaparkan terlebih dahuJu elemen pokok dari waralaba, pada dasarnya waraJaba mengandung 2 elemen-elemen pokok sebagai berikut;

1. Pember! waraJaba yaitu pihak pemilik / produsen dari barang atau jasa yang telah memiliki merek tertentu serta memberikan atau melisensikan hak eksklusif tertentu untuk pemasaran dati barang atau jasa itu.
2. Penerlma waralaba yaitu pihak yang menerima hak eksklusif rtu dari pemberi waralaba.
3. Terdapat penyerahan hak-hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual / hak milik perindustrian) dad pemberi waralaba kepada penerima war¹aba.
4. Terdapat penetapan wilayah tertentu, area dimana penerima waralaba diberikan hak untuk beroperasi di wilayah tertentu.
5. 5erdapat imbaJ - prestasi dari penerima waraJaba kepada pemberi warnlaba yang berupa *Initial Fee* dan *Royalties* serta biaya-biaya lain yang d.isepakati oleh kedua belah pihak.

" Waralaba berbeda dengan petjl!njian bisnis lainnya walaupun mempunyel beberapa kesam aan [misal dengan perjanjian USI!t!sl,p(!qanjJan keagenan. distnlmtorslrip. dan sebagainya, yang pada dasarnya merupakan kegiatan yang dapat digolongl<an sebagai "jual beli"], Waralaba terbangun dari berbagai unsur yang saling terkait, misalnya: standar mutu, proses produksi, sistem manajemen yang handal, termasuk {Cput.s! merck dagang. di mana unsur-unsur tersebut sallng mcndukung sehingga waralaba merupakan suatu bentuk usaha yang khas Lisensl .dalam bentuk pengembangan usaha yang mcil'batkan pemberian ijin atau hak untuk memanfaatkan. menggunakan ataupun melaksanakan Hak alas Kekayaanl Intelektual (HaKI) m!lik pemberi lisensi Yang membedakan waralaba dengan lisensi adaJoh pada waralaba yang diberikan bukan hanya HaKI (merek dagang, rahasia dagang. dan sebagainya) tetlpi juga metod" tekru s, slstem prcsedural, sistem manajemen dan blow-IIDUI. Agen adalah seseorang atau suatu badan hukum yang usahanya menj.dJ perantara yang dlberi kuasa untuk ~elakukM perbuatan hukum tertentu atas nama prinsJpal. Fungs! "sen adalal> sebgaini pcrantara yang menjual barang / jasa unruk dan alas nurna prlnsipal, ?istributor adalah suatu badan hukum yang ditunjuk oleh pnnslpal untuk membe]] barang-barangnya dan rn(!mnsnrknn sel to menjuaJoya dalam wilnynh tcrtn~u. tctnpi bertindak untuk don atas namany. scndiri dan segala akibat pcrbuatanny mcnj~dl tanggung j1)W.bl?~ scndirl Yang membedakan dengan waraJaba dengnn "sen mnupun *distribltdr:*"P ada n "gen m"upun *distributors/np* pad. d asatnyn merup. kon ker. nsaml b, sntS yang dipusatknn pad. distribuSl produk (b Brans atnu JMD), scdonpkan \Vara a "so" am kegi~toln distribusi produ k. meliputi pula rnasDlnh merck.. *blow-hOW*" ~IVS' d Stri3.J teknis. manufaktur, sisteIn prosedural, dan otau hak millk Intelektua an tn u yang didukung oleh bantu an teknis dan komerslal.

- 'an ditetapkan oleh pemberi waralaba bagi
6. Terdapat standar mutu >t ~upervisi secara berkala daJam langka peneruna waraJaba, ser a mempertahankan, mutu' al pelatihan yang berkesinambungan, yang
 7. T~dapat pe aUJ~ aw' al beh waralaba guna peningkatan ketrampilan.
 8. ~an adaJah pihak yang independen tidak berada
 9. Pada umumnya keljasama dengan m.enggunakan po a waralaba dituangkan dalam suatu peljanjian tertults.

Pada sisi l.41 sebagai wujud dari WTO, telah lahir pula Deklarasi Millmum yang diadopsi oleh 189 negara dan ditanda~~ani oleh 147.kepaJa pemerintah7 dan kepala negara pada saat Konferensi Tmgkat Tmggt (I<TI) Milenlum di New York pada bulan 4eptember 2000, denga_n tui~an pencapaian 2015 yang dikenal dengan Sasaran Pembangunan Millenruum (bahasa Inggris :*Millennium Development Goals* atau disingkat dalam bahasa Inggris *MDGs*)16, Salah satu sasaran pembangunan millennium adaJah mengembangkan suatu pola kemitraan global.

C. SIMPUL..AN

Waralaba sebagai pola distribusi barang dan jasa yang sangat pesat berkembang patut untuk disosialisasikan, terutama dalam kerangka *MDGs*, mengingat waralaba dapat mendukung tenvujudnya suatu pola kernitraan global guna mendukung pembangunan 6uatu bangsa. WaraJaba merupalcan suatu pola yang unik d.imana hubungan yang terjadi antara pemberi waralaba dan penerima waralaba pada dasarnya didasarkan pada suatu hubungan kemitraan tidak merupakan hubungan yang subordinasi. Indonesia memiliki banyak sekali potensi usaha yang potensial untuk dikembangkan! menjBdl suatu usaha dengan menggunakan pola waralaba. Pencipraan pekerjaan yang J~y~ ~ produktif untuk ~um muda pun dapat diciptakan dengan metode blSJ'US III. Banyak contoh diperoleh dimana kaum muda telah subes untuk mengembangkan usaha mereka lewat usaha waralaba. Pmataan hukum di sektnr wru:alaba merupakan suatu keharusan agar pola in[dapat IIIIIIIberlbn suatu perlindungan hukum yang baik, Oleh karena itu, pedrembangan yang pesat dari bisnis menggunakan poia waraJaba ini patut ~ sebagai suatu so!usi untuk mencapai suatu kemitraan glpbal~ ~udkan keberhastlan pembangunan di Indonesia

u Inlmlanonol Fr.ndli .. *AssociDtion clalom CO<U oJ £lhIQ* menyatakan bahwa hubungan fmnc~lsor dan franchisee adalah: • *Every /r.ndow rr""tIDIIIhipIIIIIriMj 1M mutual """"nnhl",.1 oj botlo parties 1qulfill lloeir oblig.liolU IIIIdt, llw frtmdUe ~ E4dl r7 ..,71fu&'ill its obligatiOlls, will IICf gmsisknl wilh tht mimi,, of 1M lmlJl4- not JICI: Z*

10 lul"n lioll brOlld.lld SY'i!PLTLIS uillmg inlalkpttdttulln ""

"d II-#ust aJld lumstsy upon wloicJatistowruJJJ . a ~frtmchisofll~frQndols,es,

a /rQI,gy ror business growtlo. r htu III_ frtmdtimg a wortdrbiU success as

" MnImnium O""lopmrnl Goals ~tau disinglcot

tujuan yong diupayakan untuk dlca al clalam bINA Inggris *MDGs*) adaJah delapan tantangan utama dalam b .P pa da tahun 2015 merupakan tantangan-porn anguna_n dJseluruh dunia

B8 - 'IDIN: """"UQIW a.tl,-Ul.

BeCCII"" ".IOnlum

O' rti(lf. .IIUJIIIUDnIOP'MEiiiiir"-a

DAFTAR IACMN

Buku-buku:

- Amir Karamoy. *SO- Uaha lewat Wln.lab~* Jakarta: Jumalindo Al<sara Grafib, 1996.
- ANnt K Sundaram.etal. *The IDlmlational Business Environment Text and C-, .* USA: Prentice-HaJJ International, Inc., 1995.
- Ismail Saleh. *Hukam elm Ekonomi.* Jakarta: Gram..."<liaPustaka Utama, 1990.
- Gerardo P. Skat, (et.al). *Dmu Ekouom) Untuk Konteks Indonesia.* Jakarta: LP3ES, 1991.
- Millmniun *DerJdopmmt GoQ/s (MDGs)*
- P. Lindawaty S. Sewu, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler,* Bandung: Utomo20(4).
- Richard Burton Simatupang. *Aspek Aukum daJam Bisnis.* Jakarta: Rineka Gpta.1996.
- Sunarjati Hartono. *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia.* Bandung: Bina Cipta, 1982.

Lainnya:

- Direktori Franchise 2010.
- European Code of Ethics for Franchising.
- InternJltionni Fraruhise Association dalam Code of Ethics.*
- Peraturan Pemerintah Nomor: 42 Tahun 2007 tentang Waralaba .

(3)	<i>Combat HIV/ AIDS aM Othu InfecHollS DlseASe\$</i>	159
21	<i>Billli n. Dllrliningsih. S.SOS, M.Sil</i>	
	Mitigating HIV/ AIDS through Marketing Public Relations _....	161
V.	Develop. Global Putnenbip for Development	167
22	<i>Di''''', Milytl Jllljlllti</i>	
	To Improve the Image of Television Media to Build Public Partnerships	169
23	<i>Dr. Has.; murin Hll)Hcnl. SH., MEllm. & Dr. P. Lindawaty S. Sewu, SH., M.Hllm</i>	
	Mediation as An Alternative Dispute Resolution in Business Relations 10 Achieve Global Partnership in Development.	175
24	<i>Dr. P. Undawaty S. Sewu, SH., M.Hum. til Dr. HOSsalUlIll Haylud, SH., M.Hllm</i>	
	Law Concerning Franchise as A Means to Achieve Global Partnership to Support Successful Development .._.....••....._....	183
2S	<i>Nikmah SuryamLm</i>	
	Cross Cultural Communication in Building Global Partnership for Development	191

La Concerning Fraanchise As A Means To Achieve Global Partnership To Support Successful Development

ORIGINALITY REPORT

11 %	9 %	2 %	9 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	4 %
2	id.scribd.com Internet Source	3 %
3	edoc.pub Internet Source	2 %
4	seanimasurchin.blogspot.com Internet Source	1 %
5	jurnal.unissula.ac.id Internet Source	1 %
6	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
7	jurnal.htp.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography On