

PEMUTUSAN PERJANJIAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI FRANCHISE

Suharnoko

Masalah perlindungan hukum franchise mulai sehubungan adanya kekhawatiran franchisor memutuskan perjanjian atau menolak memperbaharui perjanjian dan mendistribusikan sendiri produknya di wilayah franchise. Di Amerika, 15 negara bagian telah memberlakukan apa yang disebut good cause requirement sebagai syarat pemutusan franchise agreement. Artinya, franchisor tidak dapat memutuskan perjanjian atau menolak memperbaharui perjanjian kecuali dia menunjukkan alasan-alasan yang cukup kuat untuk mengakhiri perjanjian itu.



1. Pendahuluan

Franchise lahir di Amerika Serikat kurang lebih seabad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep franchising sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya. Demikian pula perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka.

Franchise dengan cepat menjadi model yang dominan dalam mendistribusikan barang dan jasa di Amerika Serikat. Menurut the International Franchise Association, sekarang ini satu dari duabelas usaha perdagangan di Amerika Serikat adalah franchise. Franchise menyerap delapan juta tenaga kerja dan mencapai empatpuluh satu persen dari seluruh bisnis eceran di Amerika Serikat. (David Hess, 1995: 333). Franchising kemudian berkembang dengan pesat karena metode pemasaran ini digunakan oleh berbagai jenis bidang usaha mulai restoran, bisnis retail, salon rambut, hotel, dealer mobil, stasiun pompa bensin, dan sebagainya, (Robert W. Emerson, 1994: 920).

International Franchise Association memberikan defmisi franchise sebagai berikut:

"A franchise operation is a contractual relationship between the franchisor and franchisee in which the franchisor offers or is obligated to maintain a continuing interest in the business of the franchisee in such areas as know-how and training; wherein the franchisee operates under a common trade name, format and/or procedure owned or controlled by the franchisor, and in which the franchisee has or will make a substantial capital investment in his business from his own resources". (Martin Mendelsohn, 1986: 6).

Franchise pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Franchisor dalam jangka waktu tertentu memberikan Hsensi kepada franchise untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas franchisor dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor. Franchisor memberikan bantuan (*assistance*) serta pengawasan terhadap franchise. Sebagai imbalannya franchise membayar sejumlah uang berupa *intialfee* dan *royalty*,

Franchise dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu *product and trade name franchise* dan *business format franchise*. Dalam bentuk yang pertama franchisor memberikan Hsensi kepada franchise untuk menjual produk-produk franchisor. Contoh dari bentuk yang pertama ini adalah dealer mobil dan stasiun pompa bensin, Dalam bentuk yang kedua yaitu *business format franchise*, franchisor memberikan franchise seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman dan standar pengoperasian usaha dan bantu an dalam mengoperasikan franchise. Dengan demikian franchise mempunyai identitas yang tak terpisahkan dengan franchisor. (David Hess, 1995: 337). Pada umumnya bentuk ini digunakan dalam bidang *usahaz fast food restaurant*, seperti Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Me. Donald dan lain seba-gainya, perusahaan jasa dan penyewaan mobil. Bentuk inilah yang digunakan franchisor asing yang menyerbu pasar Indonesia dan digunakan juga oleh bisnis lokal seperti Es Teller 77 dan Rudi Hadisuwarno Salon, SS Photo, Mbok Berek, Ny. Umi dan Great River sebagai industri garmen pemegang Hsensi merek-merek terkenal di dunia.

Hubungan antara franchisor dan franchise ditandai dengan ketidakseimbangan kekuatan tawar menawar (*unequal bargaining power*). Perjanjian franchise merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh franchisor. Franchisor menetapkan syarat-sarat dan standard yang harus diikuti oleh franchise yang

memungkinkan franchisor dapat membatalkan perjanjian apabila ia menilai franchise tidak dapat memenuhi kewajibannya. Dalam perjanjian dicantumkan kondisi-kondisi bagi pemutusan perjanjian seperti: kegagalan memenuhi jumlah penjualan, kegagalan memenuhi standard pengoperasian dan sebagainya. Franchisor mempunyai *discretionary power* untuk menilai semua aspek usaha franchise, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi franchise dalam menghadapi pemutusan perjanjian dan penolakan franchisor untuk memperbaharui perjanjian. (David Hess, 1995: 342).

Franchisor dapat memanfaatkan kedudukan franchise untuk menguji pasar. Setelah mengetahui bahwa kondisi pasar menguntungkan, maka franchisor memutuskan perjanjian dengan franchise, selanjutnya franchisor mengoperasikan sendiri *outlet* atau tempat usaha di wilayah franchise. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya pertumbuhan franchise lokal dibandingkan dengan pertumbuhan franchise asing yang beroperasi di Indonesia. Pertumbuhan franchise asing rata-rata mencapai 445,75 persen setahun, sedangkan usaha franchise lokal, rata-rata hanya tumbuh 6 persen setahun. (Suara Karya, 20 Maret 1996).

Perlindungan terhadap franchise perlu mendapat perhatian karena hal itu akan menumbuhkan franchise lokal sebagai pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Untuk itu tulisan ini membahas kasus-kasus perlindungan hukum terhadap franchise di Amerika Serikat sebagai suatu studi banding dan melihat relevansinya dengan keadaan di Indonesia.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Franchise

Di Amerika Serikat timbul suatu kekhawatiran, setelah franchise menanam sejumlah modal, memperkenalkan produk dan nama franchisor dan meraih keuntungan, franchisor memutuskan perjanjian atau menolak memperbaharui perjanjian dan mendistribusikan sendiri produknya di wilayah franchise. (Tracey A. Nicastro, 1994: 786). Sehubungan dengan hal tersebut setidaknya 15 negara bagian telah memberlakukan *good cause requirement* sebagai syarat pemutusan *franchise agreement*. Dengan demikian franchisor tidak dapat memutuskan perjanjian atau menolak memperbaharui perjanjian kecuali franchisor menunjukkan adanya *good cause*, yaitu *substantial or legaly sufficient reason for terminating an agreement*.

Undang-undang menjelaskan hal-hal apa saja yang dapat dikualifikasikan

sebagai *good cause*, tetapi tidak membatasinya. Misalnya dalam the Illionis Franchise Disclosure Act disebutkan hal-hal yang antara lain dapat dikualifikasikan sebagai *good cause*:

1. Franchise melanggar perjanjian, dan setelah diperingatkan dan diberi kesempatan untuk memenuhi perjanjian, tidak melakukannya dalam jangka waktu 30 hari;
2. Franchise mengalihkan aset perusahaan kepada kreditur atau pihak ketiga;
3. Franchise meninggalkan dan menelantarkan tempat usaha;
4. Franchise dihukum karena terlibat kejahatan yang merugikan merek dan nama perusahaan franchisor;
5. Franchise berkali-kali melanggar perjanjian.

Dalam situasi yang disebutkan dalam butir dua sampai dengan lima undang-undang tersebut, franchisor dapat memutuskan perjanjian tanpa memperingatkan dan memberi kesempatan franchise untuk melaksanakan perjanjian dalam jangka waktu 30 hari.

Jika franchisor memutuskan perjanjian tanpa *good cause*, maka franchise dapat meminta ganti rugi pembayaran sejumlah uang atau pelaksanaan perjanjian. Biasanya pengadilan di Amerika Serikat memilih untuk memberikan ganti rugi sejumlah uang ketimbang pelaksanaan perjanjian.

3. Permasalahan

Franchisor menawarkan produknya untuk dipasarkan oleh franchise dengan tujuan memperluas pasar tanpa perlu membuka dan mengoperasikan sendiri tempat usaha dan dengan demikian menghemat biaya investasi. Permasalahan timbul ketika franchisor menghadapi kenyataan seperti: permintaan atas produk yang dipasarkan menurun, kenaikan biaya produksi, kebutuhan untuk merubah strategi pemasaran, kondisi internal franchisor. Dapatkah kondisi tersebut dijadikan alasan untuk memutuskan hubungannya dengan franchise? Apakah alasan-alasan yang bersifat ekonomis dapat dikualifikasikan sebagai *good cause*?

Undang-undang di berbagai negara bagian memberikan peluang bagi pengadilan untuk menafsirkan hal-hal apa saja yang dapat dikualifikasikan sebagai *good cause* di luar hal-hal yang secara tegas disebutkan dalam undang-undang. Pengadilan akan mempertimbangkan apakah franchise secara substansial telah mematuhi perjanjian dan apakah ketentuan perjanjian yang

menjadi sengketa bersifat "material". (Tracey A. Nicastro, 1994: 795). Dalam menafsirkan pengertian *good cause* sebagai dasar pemutusan perjanjian dan menganalisa hubungan antara franchisor dan franchise, timbul dua kubu yang melahirkan dua *conflicting policies*. Yang pertama adalah protectionist dan yang kedua adalah law and economics.

3.1. Protectionist

Menurut pandangan ini, alasan yang bersifat ekonomis tidak dapat dijadikan dasar sebagai pemutusan perjanjian. Tujuan undang-undang adalah untuk melindungi kepentingan franchise dari keserakahan franchisor. Jika alasan ekonomis dibenarkan sebagai pemutusan franchise, maka undang-undang akan kehilangan makna atau *meaningless* dan membiarkan franchisor bertindak *opportunistic*. Dalam kasus *Wright - Moore Corp. v. Ricoh Corp.*, 908 F 2d 128, 130 (7* Cir. 1990), franchisor menolak memperbaharui perjanjian karena perubahan strategi pemasaran, meskipun franchise memenuhi perjanjian sesuai dengan pengharapan franchisor. Pengadilan memutuskan bahwa alasan ekonomis yang digunakan franchisor tidak memenuhi unsur *good cause* sebagaimana diisyaratkan dalam the Indiana Franchise Statute yang menyatakan bahwa *good cause included any material violation of the franchise agreement*. Dalam kasus ini franchise tidak melanggar perjanjian dan pengadilan menekankan bahwa tujuan undang-undang adalah untuk melindungi franchise dari keserakahan franchisor.

Franchisor dalam kedudukan yang sangat kuat karena menguasai semua informasi yang dibutuhkan seperti biaya, keuntungan yang diharapkan, jangka waktu yang diperlufcan dan strategi pemasaran. Berdasarkan kenyataan tersebut maka franchisor bertindak *opportunistic*, jika memutuskan perjanjian karena kondisi pasar yang tidak menguntungkan. (Tracey A. Nicastro, 1994: 801).

Franchise hanya menjalankan suatu *pre-existing system* dengan menandatangani perjanjian yang memberikan kekuasaan kepada franchisor untuk mengontrol semua aspek usaha franchise, termasuk ketentuan tentang pemutusan perjanjian. Setelah franchise meningkatkan jumlah investasi, posisinya menjadi rawan terhadap franchisor yang bertindak *opportunitic* dengan berbagai cara seperti menaikkan harga barang, menaikkan royalty dengan cara mempertinggi persyaratan volume penjualan, meningkatkan biaya-biaya untuk pelatihan, bantuan tekni, strategi pemasaran dan sebagainya. (Robert W. Emerson, 1994: 933).

Ilustrasi terbaik untuk menggambarkan padangan kubu protectionist adalah kasus *Kealey Pharmacy & Home Care Service, Inc. v. Walgreen Cp.*,

761 F.2d 345 (7th Cir, 1985). Dalam kasus ini Walgreen sebagai franchisor memutuskan perjanjian dengan semua franchise-dealemya dengan alasan "*the dealers were producing and inadequate rate of return*". Diperjanjikan bahwa franchisor berhak memutuskan perjanjian kapan saja. Sejumlah toko obat menggugat Walgreen dengan alasan bahwa pemutusan perjanjian tidak berdasarkan *good cause* dalam the Wisconsin Fair Dealership Law. Pengadilan memutuskan pemutusan perjanjian tidak berdasarkan *good cause*, karena franchise memenuhi kewajibannya dengan itikad baik.

Franchisor berdalih bahwa undang-undang tidak berlaku terhadap pemutusan perjanjian yang bersifat *nondiscriminatory*. Akan tetapi pengadilan menemukan sejumlah fakta bahwa Walgreen bermaksud mempertahankan dan menambah tokonya sendirinya daiam wilayah franchise. Fakta ini membuktikan bahwa Walgreen bermaksud mengambil keuntungan dari franchise yang telah memperkenalkan produk dan nama Walgreen, selanjutnya pengadilan menghukum Walgreen untuk membayar ganti rugi.

3.2. Law and Economic

Pendapat Hakim Posner dalam kasus *The Original Great American Chocolate Chip Chokie Co. v. River Valley Cookies, Ltd.* 970 F.2d 273 (7th Cir. 1992) dengan jelas menggambarkan pendirian kubu law and economic. Dalam kasus ini River Valley sebagai franchise berkali-kali melanggar perjanjian seperti terlambat membayar, menghalangi franchisor melakukan pemeriksaan dan tidak melaporkan hasil penjualannya secara lengkap sehingga Great American sebagai franchisor kehilangan sejumlah royalty yang diharapkan. Great American memutuskan perjanjian, tetapi River Valey meneruskan membuat *cookies* dengan bahan baku yaitu *butter* yang dibeli dari tempat lain dan menjualnya dengan menggunakan nama franchisor. Yang menjadi issue dalam kasus ini apakah Great American dap at menunjukkan adanya *good cause* untuk memutuskan perjanjian sebelum jangka waktunya berakhir? Pengadilan memutuskan bahwa Great American mempunyai *good cause* untuk memutuskan perjanjian berdasarkan the Illinois Franchise Disclosure Act, karena franchise telah berkali-kali melanggar perjanjian sehingga tidak perlu diberi kesempatan selama 30 hari untuk memperbaiki kesalahannya.

Menurut pendapat law and economic, perjanjian yang efisien adalah perjanjian yang dapat menimbulkan biaya. Melalui franchising, franchisor dapat mendistribusikandan memperkenalkan nama produknya dalam wilayah yang luas tanpa perlu mengeluarkan biaya untuk membuka outletnya sendiri. Franchise dapat menjalankan usaha yang sudah mapan dan memperoleh keun-



tungan dari reputasi yang dimiliki franchisor. Kedua belah pihak dapat menekan biaya iklan karena biaya tersebut dapat dipikul berdua. (Tracey A. Nicastro, 1994:803).

Hakim Posner mengatakan bahwa undang-undang yang mengatur pemutusan perjanjian franchise akan meningkatkan biaya transaksi dan tidak menguntungkan franchise. Franchisor yang dihadapkan pada kewajiban untuk membayar ganti rugi jika memutuskan perjanjian tanpa *good cause* akan *memintafee* atau *royalty* yang lebih besar kepada franchise sebagai kompensasi atas biaya ganti rugi. Dengan demikian undang-undang telah mendorong terjadinya perjanjian yang tidak efisien dan tidak akan berhasil mencapai pemerataan kesejahteraan bagi franchise.

Selanjutnya, menurut Hakim Posner, franchisor harus mempertahankan reputasi dan nama perusahaannya. Untuk itu franchisor memberikan petunjuk dan melakukan inspeksi untuk mengawasi kualitas produk franchise. Undang-undang mempersulit mekanisme pengawasan ini, karena mengharuskan franchisor untuk memberi kesempatan kepada franchise memperbaiki kualitas produknya dalam jangka waktu tertentu. Misalnya, dalam the Illinois Franchise Disclosure Act jangka waktunya 30 hari. Akibatnya dalam jangka waktu tersebut, franchisor harus membiarkan timbulnya kesan buruk pada nama perusahaan franchisor karena dikaitkan dengan kualitas produk yang rendah. Sebagai kompensasi maka franchisor akan meningkatkan biaya pengawasan kualitas atau *cost of quality control*, dan dengan demikian undang-undang telah mendorong terjadinya perjanjian yang tidak efisien.

Untuk mencapai *economic efficiency*, maka *resources* harus dialokasikan pada nilainya yang tertinggi. Mekanisme pasar akan berjalan menuju efisiensi dan perjanjian dipandang sebagai sarana atau fasilitas untuk mencapai efisiensi. (Jeffrey L. Harrison, 1995: 60, 67, 92). Dengan demikian jika ada pihak ketiga yang lebih berhasil memasarkan produk yang bersangkutan, maka franchisor seharusnya memutuskan hubungannya dengan franchise dan mengalihkannya kepada pihak ketiga dan membayar ganti rugi kepada franchise. Ganti rugi wajar diberikan karena kondisi pasar sebenarnya menguntungkan franchisor atau franchise. Perjanjian yang baru dipandang lebih efisien, karena lebih menguntungkan dan meningkatkan nilai produk yang dipasarkan. Meskipun franchisor melanggar perjanjian, hukum harus mendukung pemutusan perjanjian dengan pembayaran ganti rugi kepada franchise. Ajaran ini dikenal sebagai *the doctrine of efficient breach*. (Jeffrey L. Harison, 1995: 126).

Dalam kasus *Long Beach Drug, Co. v. United Drug, Co.* 13 Cal.2d 158, 88 P.2d 698 (1939) penggugat ditunjuk sebagai satu-satunya agen yang men-

jual produk tergugat di Long Beach, California. Perjanjian tersebut dibuat tahun 1909. Long Beach Drug adalah sebuah usaha kecil dengan modal yang terbatas. Pada tahun 1930 jumlah penduduk Long Beach sudah berkembang dengan pesat dan *the chain store*, sebagai bentuk baru bisnis eceran mulai diperkenalkan. Dengan cara ini suatu perusahaan yang mengoperasikan sejumlah toko dapat membeli produk dalam jumlah yang besar dengan harga yang lebih murah dari produsen dan menjualnya dengan tingkat harga yang lebih murah kepada konsumen. Sebaliknya, Long Beach Drug, sebagai usaha kecil dengan keterbatasan modal yang dimiliki tidak dapat menanggapi perubahan pasar dan permintaan konsumen yang meningkat.

Pada tahun 1936, United Drug menandatangani perjanjian dengan Owl Drug, Co., yang mengoperasikan toko di seluruh Long Angeles County, termasuk di Long Beach untuk memasarkan produk United Drug. Selanjutnya United Drug memutuskan perjanjian dengan Long Beach Drug. Meski-pun Long Beach Drug meminta supaya United Drug melaksanakan perjanjian yang disepakati dalam tahun 1930, tetapi pengadilan memandang bahwa ganti rugi adalah lebih tepat untuk menyelesaikan kasus ini.

4. Pedoman Bag! Hakim

Dari uraian di atas nampaklah bahwa protectionist mengutamakan tujuan undang-undang untuk melindungi kepentingan franchise, karena itu berdasarkan pandangan ini hakim tidak akan menemukan *good cause* kecuali franchise melanggar perjanjian secara substansial. Padahal alasan franchisor memutuskan perjanjian mungkin saja berdasarkan alasan-alasan ekonomis yang wajar tanpa didasari *self-serving motive*. Misalnya, permintaan atas produk yang didistribusikan sangat rendah sehingga tidak ada keuntungan yang diharapkan untuk melanjutkan franchising. Sebaliknya, law and economic mengabaikan tujuan undang-undang untuk melindungi franchise dari keserakahan franchisor. Ajaran ini hanya memperhatikan manfaat ekonomis dalam hubungan antara franchisor dan franchise dan kebutuhan untuk menanggapi perubahan permintaan masyarakat di pasar.

Sehubungan dengan hal tersebut, dirasakan perlunya pedoman bagi hakim dalam mengadili kasus-kasus pemutusan perjanjian franchise dengan mempertimbangkan tujuan undang-undang melindungi franchise dan mempertimbangkan juga manfaat ekonomis yang diharapkan dari hubungan antara franchisor dan franchise. Untuk itu faktor-faktor tersebut di bawah ini perlu dipertimbangkan: (Tracey A. Nicastro, 1994: 816, 817).

- a. Motive dari franchisor untuk memutuskan perjanjian franchise.
Jika sejumlah bukti menunjukkan bahwa franchisor menyalahgunakan kekuasaan untuk kepentingannya sendiri dengan memutuskan perjanjian franchise, maka pemutusan perjanjian tersebut tidak berdasarkan *good cause*,
- b. Dampak tindakan franchise terhadap nama perusahaan franchisor. Jika franchisor tidak menyalahgunakan kekuasaannya maka franchisor dapat memutuskan perjanjian berdasarkan *good cause* karena franchise melanggar perjanjian dan merugikan nama baik perusahaan franchisor.
- c. Investasi dan pengharapan franchise.
Jika franchise tidak melanggar perjanjian dan tidak merugikan nama baik perusahaan franchisor, maka harus diperhatikan apakah tindakan franchisor memutuskan perjanjian tidak merugikan investasi dan pengharapan franchise. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan, jumlah investasi yang telah dilakukan oleh franchise, jangka waktu yang sudah dijalani oleh franchise dalam menjalankan usahanya, dan keuntungan yang diharapkan oleh franchise dari investasinya berdasarkan informasi yang diberikan oleh franchisor. Dengan demikian maka franchisor dapat memutuskan perjanjian berdasarkan *good cause*, apabila hal itu tidak merugikan investasi dan pengharapan franchise.
- d. Kondisi pasar dan kemampuan ekonomi franchisor.
Jika kondisi pasar menunjukkan bahwa bagi franchisor secara ekonomis tidak *agifeasible* untuk mempertahankan hubungannya dengan franchise, maka franchisor dapat memutuskan perjanjian berdasarkan *good cause*. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan adalah kondisi pasar, kondisi keuangan dan jumlah biaya yang dipikul franchisor untuk melanjutkan franchise sistem. Namun demikian tindakan franchisor jangan sampai merugikan investasi dan pengharapan franchise.

5. Kemitraan antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan Usaha **Besar**

Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil menyebutkan bahwa franchise adalah salah satu pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan usaha besar. Namun kenyataan menunjukkan bahwa franchise asing bertumbuh lebih pesat dari franchise lokal. Padahal di Amerika Serikat franchise sangat pesat perkembangannya dan dapat dijadikan sebagai basis usaha kecil. Hampir 80% usaha kecil dan menengah di

Amerika memanfaatkan sistem franchise.

Menurut data yang terhimpun, pada tahun 1991 franchise lokal jumlahnya 21 atau 77,7% dari total franchise dan 6 franchise asing yaitu 22,3%. Tetapi pada Maret 1996 hanya terdapat 32 franchise lokal yaitu 14,2% dan 119 franchise asing atau 85,5% dari total franchise yang beroperasi di Indonesia. (Republika, 4 September 1996).

Berbagai faktor mengakibatkan lambatnya pertumbuhan franchise lokal. Sistem franchise membutuhkan investasi jangka panjang. Franchisor membutuhkan 5-15 tahun untuk pengembalian modalnya, padahal pengusaha bisnis eceran di Indonesia ingin meraih keuntungan dalam jangka pendek. Selain itu sebagai franchisor, pengusaha harus membuka rahasi suksesnya, seperti sistem manajemen, resep masakan dan sebagainya. Timbul kekhawatiran rahasia suksesnya ditiru oleh franchise. Karena itu bisnis eceran di Indonesia lebih suka berkembang sendiri dengan membuka cabang usaha meskipun perkembangannya lebih lambat, daripada melibatkan orang lain dengan sistem franchise. (Republika, 4 September 1996).

Di pihak pengusaha menengah dan kecil timbul kekhawatiran franchisor akan menggunakan franchise untuk menguji pasar. Jika keadaan pasar akan memutuskan perjanjian. Demikian juga jika keadaan pasar menguntungkan, franchisor akan memutuskan perjanjian dan membuka tempat usaha (*outlet*) sendiri, setelah franchise memperkenalkan produk dan nama franchisor. (Bisnis Indonesia, 28 Juni 1996). Kekhawatiran ini memang berdasar, apalagi hal serupa sudah terjadi di Amerika Serikat tempat lahirnya franchise. Dengan demikian sungguh relevan untuk mempelajari pengalaman bangsa tersebut melindungi kepentingan franchise di dalam rangka merumuskan *policy* hubungan antara franchisor dan franchise, khususnya untuk menggairahkan hubungan kemitraan antara usaha besar dengan usaha kecil. Sehubungan dengan hal tersebut, perlu dipertimbangkan apakah dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan, seperti permintaan yang terus menurun franchisor harus melanjutkan hubungannya dengan franchise? Upaya hukum apa yang dipilih untuk melindungi kepentingan franchise? Di Amerika Serikat, pengadilan lebih memilih upaya hukum atau *remedy* berupa ganti rugi ketimbang pelaksanaan perjanjian, dengan pertimbangan bahwa pembayaran ganti rugi lebih mudah pengawasannya daripada pelaksanaan perjanjian. (E. Allan Fransworth, 1990: 866-867). Dalam pelaksanaan perjanjian, pengadilan harus terus memonitor kontinuitas dan kualitas prestasi yang dilaksanakan oleh franchisor. Di samping itu ganti rugi diberikan kepada franchise dengan mempertimbangkan juga kepentingan konsumen atas tersedianya produk yang bersangkutan di pasar dengan harga yang lebih murah dalam hal franchisor memutuskan perjanjian dan mengoperasikan outletnya sendiri seperti dalam

Desember 1996

kasus *Kealey Pharmacy & Home Care Service v. Walgreen Co.*, atau franchisor mengadakan perjanjian baru dengan pihak ketiga seperti dalam kasus *Long Beach Drug v. United Drug, Co.*

Sebaliknya di Indonesia karena pengaruh sistem hukum Eropa Kontinental dan tuntutan moral untuk memenuhi janji maka upaya hukum pelaksanaan perjanjian lebih disukai ketimbang sekedar pemberian ganti rugi. Meminjam istilah dari Prof. Subekti, S.H., ganti rugi hanya bersifat *pengare-arem*, pelaksanaan perjanjianlah yang lebih penting. (Subekti, 1994: 36), persoalannya prinsip manakah yang harus diikuti oleh pengadilan yang menghadapi sengketa pemutusan perjanjian franchise yang melibatkan usaha kecil? Hal ini perlu dipikirkan secara cermat, sebab hubungan franchisor dan franchise berdasarkan Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, disamping bersifat *business like*, juga diharapkan bersifat kemitraan antara usaha besar, usaha menengah dan usaha kecil, sesuai dengan cita-cita pemerataan peluang bisnis dan kesejahteraan warga masyarakat.

Juga perlu dikaji pendapat Hakim Posner dalam kasus *The Original Great American Chocolate Chip Cookie, Co. v. River Valley Cookies, Ltd.*, yang menyatakan bahwa undang-undang yang melindungi franchise dari pemutusan perjanjian akan meningkatkan biaya transaksi. Dalam suatu penelitian di Amerika Serikat terjadi kenaikan biaya transaksi yaitu *cost of quality control* terhadap jenis usaha yang termasuk *non repeat industries*, seperti restoran, hotel dan stasiun pompa bensin. Jenis usaha ini tidak tergantung pada konsumen tertentu, sehingga franchise tidak mempunyai *incentive* untuk mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan. Sebaliknya, terhadap jenis usaha yang termasuk *repeat industries*, seperti *lawn-care, companies*, franchise mempunyai motivasi untuk mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan, karena franchise tergantung kepada konsumen tertentu. Dengan demikian untuk jenis usaha ini *cost of quality control* tetap rendah. (Tracey A. Nicastro, 1994: 813).

Daftar Pustaka

Bisnis Indonesia, (28 Juni 1996).

Emerson, Robert W. "Franchise Contract Clauses and the Franchisor's Duty of Care Toward Its Franchises". *North Carolina Law Review*, Vol. 72 (April, 1994).

Harrison, Jeffrey L. *Law and Economic*. St. Paul, Minnesota: West Publishing Company, 1995.

Hess, David. "The Iowa Franchise Act: Toward Protecting Reasonable Expectations of Franchises and Franchisors", *Iowa Law Review*, Vol. 80 (January 1995).

Indonesia. *Undang-undang tentang Usaha Kecil*. Undang-undang No. 9 Tahun 1995.

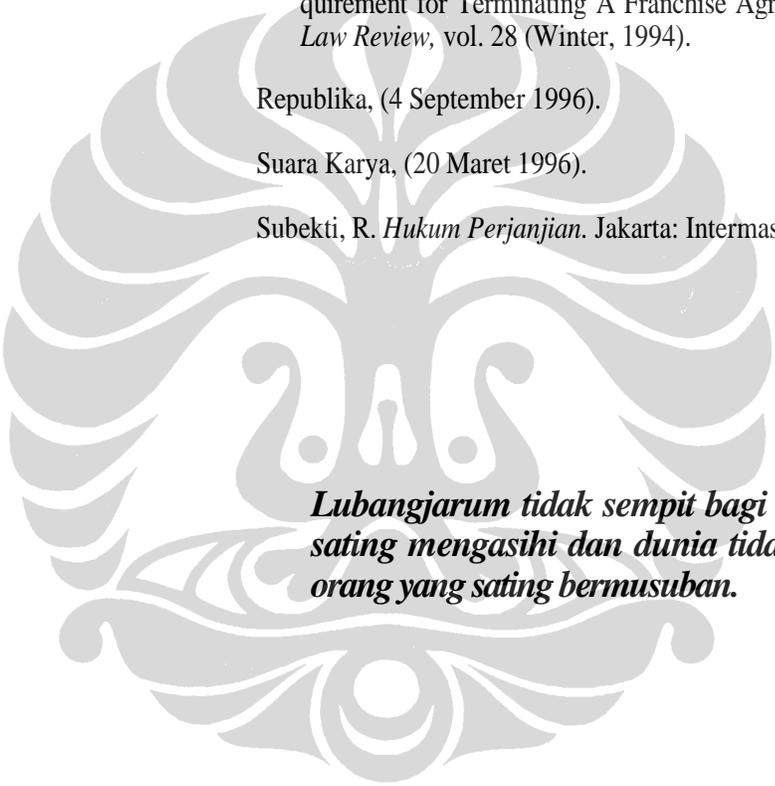
Mendelsohn, Martin. *The Guide to Franchising*. Oxford: Peramon Press, 1986.

Nicastro, Tracey A. "Note: How the Cokie Crumbles: The Good Cause Requirement for Terminating A Franchise Agreement". *Valparaiso University Law Review*, vol. 28 (Winter, 1994).

Republika, (4 September 1996).

Suara Karya, (20 Maret 1996).

Subekti, R. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, 1994.



Lubangjarum tidak sempit bagi dm kawan yang sating mengasihi dan dunia tidak luas bagi dua orang yang sating bermusuban.