

IMPLEMENTASI PRAKTEK MONOPOLI DI INDONESIA KASUS : LISENSI MC DONALD'S INDONESIA

Oleh :

Tuti Andjarsari *

FE-Universitas Kartini Surabaya
email : tuti_andjar@sarigmail.com

Abstrak

Companies generally have several objectives, including the obtaining of profit, sales volume increase, improve and maintain the stock price of survival. Many ways can companies do to maintain the viability of which is to expand marketshare. Expansion of business by increasing marketshare to get to the overseas can be done by means of licenses or franchises (franchises).

One of the biggest fast-food restaurant in the world is McDonald's Corporation is expanding its business done by way of granting franchises to consumers who qualify To give this franchise is not easy, where the prospective franchisee is required to attend training which is quite tight and with considerable cost. In 1991, McDonald's Corporation in the United States gives a monopoly franchise to Bambang Rachmadi through PT. Bina Nusa Rama (BNR) to manage a McDonald's in Indonesia.

As an experienced entrepreneur who founded the Bambang Rachmadi local franchise under the name Toni Jack's, before the expiration of an agreement with McDonald's, this triggers the transfer of McDonald's franchises franchise that bears to the PT Rekso is also the holder of the National Food Sosro brand.

Keywords : waralaba, marketshare.

Pendahuluan

Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut perundang-undangan yang berlaku (Pasal 1 Ayat 1 Undang-undang tentang hak cipta). Dengan demikian, pihak-pihak yang sudah mematenkan karyanya / ciptaannya kepada pihak yang berwenang, mempunyai hak eksklusif untuk melindungi karya / ciptaannya dari pihak lain yang akan menggunakan ciptaannya secara illegal. McDonald's merupakan restoran cepat saji terbesar di Amerika telah mematenkan brandnya, bahkan telah menjual hak monopoli waralabanya (franchise) tersebar di seluruh dunia.

Untuk menjaga atribut yang dimiliki, maka pihak McDonald's tidak dengan mudah memberikan *franchise*. Calon pemegang *franchise* diwajibkan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan seperti membersihkan meja, membuang sampah, membersihkan WC, dll dan pelatihan ini memakan waktu satu tahun bahkan kadang kala berpindah tempat dari negara ke negara lain. Ketatnya pemberian *franchise* untuk melindungi konsumen terhadap brand dan nama besar McDonald's.

Setelah melalui pelatihan-pelatihan yang cukup ketat, pada tahun 1991 akhirnya Bambang Rachmadi melalui PT. Bina Nusa Rama terpilih sebagai

pemegang hak monopoli waralaba untuk McDonald's di Indonesia. Dalam perkembangannya, McDonald's memiliki gerai tersebar di seluruh Indonesia diantaranya tiga belas gerai yang ada di Jakarta adalah milik Bambang Rachmadi.

Akar permasalahan dari kasus *franchise* ini adalah Bambang Rachmadi sebagai pemegang monopoli hak waralaba (franchise) McDonald's Indonesia membuka restoran baru Toni Jack's diatas gerai yang dimilikinya yang berjumlah 13 , sehingga McDonald's Corporation melayangkan surat kepada Bambang Rachmadi untuk menghentikan operasional Toni Jack's, namun Bambang Rachmadi mengabaikan surat tersebut. Penolakan ini mengindikasikan bahwa yang bersangkutan telah melakukan pelanggaran serius terhadap perjanjian hukum yang telah ditanda tangani bersama. Aspek aspek hukum tersebut berupa perjanjian yang meliputi klausul mengenai apa saja yang akan terjadi apabila hak waralaba berakhir termasuk ketentuan adanya *non-compete period*, pengembalian manual dan informasi rahasia lainnya milik McDonald's dan hilangnya hak untuk menggunakan merek dagang, produk, resep, perlengkapan dan sistim operasional properti McDonald's. Hal ini mengakibatkan McDonald's Corporation mengalihkan hak monopoli waralabanya pada PT.Rekso Nasional Food yang merupakan anak perusahaan Rekso Group, induk usaha PT Sari Sosro produsen Teh Sosro.

Adanya pelanggaran perjanjian (wan prestasi) yang dilakukan Bambang Rachmadi selaku pemegang hak monopoli waralaba Mac D Indonesia mengakibatkan Mac D Corporation mengambil alih hak waralabanya kepada PT Rekso Nasional Food.

Kajian Teori

Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu firma saja, dan firma ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. **Ciri-ciri pasar monopoli :**

1. Pasar monopoli adalah industri satu firma
Sifat ini sudah secara jelas dari definisi monopoli yaitu hanya ada satu firma saja dalam satu industri tersebut. Dengan demikian barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli dari tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain kalau mereka menginginkan barang tersebut maka mereka harus membeli dari firma tersebut. Syarat-syarat penjualan sepenuhnya ditentukan oleh monopoli itu, dan para pembeli tidak dapat berbuat apapun dalam menentukan syarat jual beli.
2. Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip.
Barang yang dihasilkan firma monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada di dalam pasar. Barang tersebut merupakan satu-satunya barang yang seperti itu dan tidak terdapat barang mirip (*close substitusi*) yang dapat menggantikan barang tersebut.
3. Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri
Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan firma yang mempunyai kekuasaan monopoli. Tanpa sifat ini pasar monopoli tidak akan terwujud, karena tanpa adanya halangan tersebut pada akhirnya akan terdapat beberapa firma di dalam industri.

4. Dapat menguasai penentuan harga
Oleh karena firma monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya. Oleh sebab itu, firma monopoli dipandang sebagai penentu harga atau *price setter*.
5. Promosi iklan kurang diperlukan
Oleh karena firma monopoli adalah satu-satunya firma di dalam industri, ia tidak perlu melakukan promosi penjualan dengan iklan. Ketiadaan saingan menyebabkan semua pembeli yang memerlukan barang yang diproduksikannya terpaksa membeli dari firma monopoli itu. Kalaupun firma monopoli membuat iklan, iklan tersebut bukanlah bertujuan menarik pembeli, tetapi untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat.

Terdapat dua faktor yang dapat menyebabkan timbulnya pasar monopoli.

1. Terdapat *Economic of Scale*

Di berbagai kegiatan ekonomi tingkat teknologi adalah sedemikian modernnya sehingga produksi yang efisien hanya dapat dilakukan apabila jumlah produksinya sangat besar dan meliputi hampir seluruh produksi yang diperlukan di dalam pasar. Keadaan seperti ini berarti suatu perusahaan baru menikmati skala ekonomis yang paling maksimal apabila tingkat produksinya sangat besar. Pada waktu perusahaan mencapai keadaan dimana ongkos produksi mencapai minimum, jumlah produksi adalah hampir menyamai jumlah permintaan yang tersedia di pasar. Dengan demikian sebagai akibat dari skala ekonomis perusahaan dapat menurunkan harga barangnya apabila produksi semakin tinggi. Sehingga perusahaan baru tidak sanggup bersaing dengan perusahaan yang lebih dulu berkembang. Suatu industri yang skala ekonomisnya mempunyai sifat seperti yang sudah diterangkan adalah perusahaan yang dikatakan merupakan monopoli alamiah atau *natural monopoly*.

Kepemilikan sumber daya yang unik (seperti deposit mineral atau lokasi tanah) atau kepemilikan bakat manajerial yang unik juga menjadi dasar yang tahan lama untuk memelihara monopoli.

2. *Legal barrier to entry*

Di dalam undang-undang pemerintah mengatur kegiatan perusahaan yang akan mewujudkan kekuasaan monopoli. Peraturan-peraturan seperti itu adalah :

a. Peraturan paten dan hak cipta (*copyright*)

Hak paten adalah hak eksklusif dari seorang penemu untuk menggunakan / membolehkan orang lain menggunakan penemuannya. Hak paten dan hukum paten bertujuan untuk melindungi penemu dari pesaing yang akan menggunakan penemuannya tanpa berbagi biaya dan usaha yang dikeluarkan. Di saat yang bersamaan, hak paten yang menjadikan penemu pada posisi monopoli sepanjang usia hak paten tersebut (20 tahun sejak terdaftar).

Hak cipta adalah juga hak paten yaitu merupakan suatu jaminan hukum untuk menghindari penjiplakan. Tetapi hak cipta adalah khusus diberikan kepada penulis dan komposer atau penggubah lagu. Dengan adanya hak cipta tersebut, hanya penulis atau penggubah lagu saja yang mempunyai hak atau penerbitan buku yang ditulis dan lagu yang digubah.

b. Lisensi

Pemerintah dapat juga membatasi masuknya industri baru dalam industri melalui lisensi. Alasan yang biasanya dikemukakan untuk mendukung monopoli seperti itu adalah memiliki suatu perusahaan dalam industri lebih disukai daripada persaingan terbuka. Pada beberapa contoh kasus dikemukakan bahwa pembatasan untuk masuk ke dalam industri tertentu dibutuhkan untuk menjamin standar kualitas yang layak (misalnya lisensi dokter) atau untuk mencegah kerusakan lingkungan (pemberian ijin bisnis dalam taman nasional).

Pada hakikatnya etika bisnis adalah merupakan petunjuk moral untuk melakukan bisnis berdasarkan apa yang benar, salah, dan adil (Collins,1994). Kebanyakan pelaku bisnis bergantung pada kesadaran mereka dalam membuat keputusan, yang pada akhirnya bergantung pada kebaikan moral dan agama mereka. Oleh karena itu, sering kali para pelaku bisnis yang memiliki komitmen etika baik, akan merasa tertekan apabila membuat keputusan yang tidak etis demi keuntungan semata.

Dunia bisnis sangat dekat dengan usaha persaingan. Persaingan bisnis kerap mendorong pelakunya melakukan praktik persaingan tidak etis. Oleh karena itu, etika bisnis akan bersinggungan dengan peraturan persaingan usaha sehat, yang menghasilkan dunia usaha dinamis dan terus berusaha menghasilkan yang terbaik. Memenangkan persaingan bukan berarti mematikan pesaing. Praktik bisnis secara etis, tidak menghendaki yang besar tumbuh dengan mematikan yang kecil. Bisnis yang etis juga harus memperhatikan prinsip kesinambungan lingkungan alam yang mendukungnya (*sustainable development*).

Pembahasan

Monopoli dianggap sebagai bentuk organisasi pasar yang tidak efisien karena kurangnya persaingan yang efektif sehingga cenderung akan menghilangkan rangsangan bagi perusahaan untuk menghemat biaya penawaran dalam industri. Lebih buruk lagi, pelaku monopoli dapat menyalahgunakan kekuatan pasarnya baik terhadap konsumen (misalnya dengan harga yang sangat tinggi), maupun kepada pesaing aktual dan potensial (misalnya dengan menyingkirkan mereka dari akses pasar melalui praktek transaksi eksklusif).

Sebenarnya praktek monopoli dapat terjadi secara alamiah misalnya perusahaan memiliki fasilitas teknologi modern sehingga mampu memproduksi *output* pada tingkat tinggi, dengan demikian dapat menurunkan biaya rata-rata pada berbagai tingkat output, tetapi kalau monopoli terjadi karena faktor hukum (*legal barrier to entry*) misalnya hak paten atau hak cipta maka dengan memiliki hak tersebut para pemilik hak cipta dapat melindungi praktek pengambilalihan yang illegal. Di sisi lain, pihak-pihak yang telah memperoleh hak paten atau hak cipta sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta RI No.19 tahun 2002 Pasal 45 tentang lisensi sebagai berikut :

1. Pemegang hak cipta berhak memberikan lisensi kepada pihak lain berdasarkan surat perjanjian lisensi untuk melaksanakan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2

2. Kecuali diperjanjikan lain, lingkup lisensi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 meliputi semua perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 berlangsung selama jangka waktu lisensi diberikan dan berlaku untuk seluruh wilayah Negara RI
3. Kecuali diperjanjikan lain, pelaksanaan perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan 2 disertai dengan kewajiban pemberian royalti kepada pemegang hak cipta oleh penerima lisensi
4. Jumlah royalti yang wajib dibayarkan kepada pemegang hak cipta oleh penerima lisensi adalah berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak dengan berpedoman kepada kesepakatan organisasi profesi.

Namun demikian pelaksanaan dilapangan pemegang hak paten/ hak cipta selain dapat memberikan lisensi dapat juga memberikan hak waralabanya kepada individu- individu yang terpilih. Lisensi dan waralaba(Franchise) sebetulnya esensinya sama,dimana berdasarkan pasal 1 ayat 13 UU No 14 Tahun 2001 tentang Paten adalah izin yang diberikan oleh pemegang Paten kepada pihak lain berdasarkan perjanjian pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu paten yang diberi perlindungan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu., sedangkan yang dimaksud waralaba berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha waralaba, yang dimaksud dengan Waralaba (*Franchise*) adalah; "perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepadapenerima waralaba".

McDonald's Corporation yang berpusat di Amerika Serikat merupakan restoran siap saji (*fast food*) terbesar didunia yang memberikan hak waralaba (*franchise*) diseluruh dunia kepada konsumen yang ingin membuka restoran ini. Di Indo nesia hak monopoli waralaba Mc Donald's dipegang oleh Bambang Rachmadi setelah melewati pelatihan- pelatihan yang cukup ketat pada tahun 1991. Dalam pengelolaannya McDonald's Indonesia selama kurun waktu hampir 20 tahun, memiliki 97 gerai yang tersebar diseluruh Indonesia.Sebagai *entrepreneur* yang berpengalaman, Bambang Rachmadi meluaskan ekspansi bisnis waralabanya dengan mendirikan Toni Jack's. Niat Bambang Rachmadi patut dihargai karena dengan adanya gerai cepat saji lokal seperti Toni Jack's bakal meramaikan persaingan antar gerai cepat saji di Indonesia. Gerai waralaba baru ini bakal bersaing ketat dengan McDonald's dan langkah Bambang Rachmadi sangat strategis dalam upaya mengembangkan *franchise* lokal. Dengan demikian, konsumen mempunyai banyak pilihan utnutk menentukan produk waralaba makanan cepat saji mana yang paling diminati baik dari segi harga, kualitas, *taste*, maupun pelayanannya. Hal ini juga mendorong masyarakat untuk berwirausaha melalui restoran cepat saji dengan lisensi lokal yang tentunya berbiaya lebih murah dan dengan syarat yang lebih praktis. Dengan demikian, dapat menghambat aliran devisa yang lari ke luar negeri.

Namun demikian, langkah strategis ini terlalu tergesa-gesa dilaksanakan mengingat Bambang Rachmadi masih terikat kontrak dengan McDonald's Corporation sampai tanggal 30 September 2009. Hal ini tentu saja merupakan pelanggaran yang serius terhadap perjanjian hukum yang telah disepakati sehingga eksistensi Bambang Rachmadi sebagai *master franchise* McDonald's Indonesia terancam dicabut. Sebagai pemegang monopoli pada bidang *franchise* untuk nama besar seperti McDonald's, seharusnya tidak dilakukan Bambang Rachmadi. Hal ini karena dari analisa SWOT bisnis waralaba ini masih cukup menjanjikan eksistensinya. Analisis SWOT posisi monopoli hak waralaba McDonald's Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut;

Kekuatan;

1. Nama Besar McDonald's sehingga memudahkan dalam ekspansi pasar.
2. *Marketshare* cukup besar.
3. Gerai cukup banyak dan tersebar diseluruh Indonesia
4. Adanya konsultan profesional untuk keandalan mutu.
5. Bahan baku mudah diperoleh, dan pasokan bahan lain disediakan pihak McDonald's (*franchisor*)
6. Penerima hak waralaba dapat segera memperoleh pengetahuan lokal.

Kelemahan;

1. Terbentuknya kompetitor potensial.
Dengan memberikan hak pengelolaan waralaba, berarti menghidupi seorang kompetitor dimasa depan setelah memperoleh pengetahuan produksi dan teknologi.
2. Walaupun kontrak harus menguraikan tanggung jawab kedua belah pihak, kesalah pahaman dan konflik dapat muncul dalam implementasinya.

Opportunity;

1. Peluang memperluas jaringan (ekspansi usaha) dengan *brand* yang sudah mendunia.
2. Daya beli masyarakat stabil untuk kalangan menengah keatas.

Ancaman;

1. Adanya kompetitor terhadap produk sejenis.
2. Munculnya kompetitor dari dalam.

Dari analisa SWOT tersebut posisi Bambang Rachmadi untuk tetap eksis di McDonald's sebetulnya memungkinkan untuk bertahan lama, namun dengan kematangannya memimpin McDonald's Indonesia itulah yang mendorong untuk mendirikan *franchise* lokal Toni Jack', namun sayang waktunya tidak tepat sehingga menimbulkan wan prestasi.

Kesimpulan

1. Pemberian hak monopoli waralaba bagi perusahaan yang bertaraf internasional seperti McDonald's sangat ketat. Hal ini dimaksudkan agar atribut dari McDonald's tetap terjaga sehingga dapat merupakan alat penghalang bagi pesaing untuk masuk.
2. Pelanggaran Perjanjian yang dilakukan Bambang Rachmadi sebagai Master Franchise McDonald's Indonesia cukup serius, sehingga berakibat dicabutnya hak tersebut oleh McDonald's Corporation

3. Dari analisa SWOT, posisi monopoli hak waralaba McDonald's Indonesia cukup menjanjikan untuk pengembangan di masa depan
4. Keinginan Bambang Rachmadi membuka *franchise* lokal Toni Jack's patut dihargai dalam upaya memasuki pasar bebas.

Rekomendasi

1. Dengan makin ketatnya perolehan hak monopoli yang bertaraf internasional, maka setiap individu yang dapat memperolehnya harus tetap menjaga komitmen yang dibangun, sehingga menjadikan citra baik bagi penerima *franchise* berikutnya.
2. Pelanggaran perjanjian yang dilakukan Bambang Rachmadi hendaknya dapat diselesaikan dengan metode yang telah disepakati bersama. .
3. Dengan status Bambang Rachmadi yang bukan *master franchise* McDonald's Indonesia lagi, diharapkan dapat memicu Toni Jack's untuk berkompetisi di pasar global. .

Daftar Pustaka

- Bambang Rachmadi Gugat McD, Jawa Pos tanggal 27 November 2009
- Brue, Campbell, Connell, Mc, 2005, *Economic Principles, Problems, Policies, Sixteenth Edition*, New York : Mc Graw-Hill/Irwin Companies
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/bambang.rachmadi.gugat.mcdonald>
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/tonijacks.gantikan.mcdonalds>
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/sosro.ambil.alih.mcdonalds>
- <http://direktori.kreatif.web.id/idak-kuatir-dengan-keberadaan-tonija>
- http://dunia-bisnis.infogate.com/bambang_rachmadi_ajukan_gugatan_susulan_atas_mcdonalds
- <http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/id.html>
- <http://www.detikfinance.com/bambang-rachmadi-mcdonalds-tidak-fair>
- <http://economy.okezone.com/mcd-corp-ingatkan-bambang-tak-milik-hak-apapun>
- Undang-undang RI No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Jakarta : Pustaka Yustisia
- Wahjoedi, 2003, *Analisis tentang Praktek Persaingan Usaha di Indonesia dalam Konteks Undang-undang No.5 tahun 1999*, Malang : Jurnal Ekonomi Bisnis FE UM