

## Bab 4

# Hak Guna Paten (Franchising) dan Bentuk-bentuk Kepemilikan

*Mahasiswa diharapkan dapat memahami dan menguasai terkait hak guna dan pemasaran langsung & bentuk-bentuk kepemilikan*

**H**ak guna paten merupakan peluang bagi wirausahawan untuk masuk dalam usaha dengan memanfaatkan pengalaman, pengetahuan, dan dukungan dari pemberi hak guna paten. Sering wirausahawan memulai usaha baru kecil kemungkinan bahwa usahanya akan berhasil. Dengan hak guna paten, wirausahawan akan dilatih dan didukung dalam pemasaran usaha dan akan menggunakan nama yang telah mempunyai citra yang mapan.

Orang yang menghadapi situasi yang mendesak untuk memiliki usahanya sendiri mungkin akan merasa bahwa hak guna paten adalah pemecahan yang paling mudah. Akan tetapi terdapat beberapa risiko penting pada hal tersebut di atas.

### 1. Hak Guna Paten

Hak guna paten bisa didefinisikan sebagai persetujuan di mana perusahaan atau distributor tunggal dari produk yang mempunyai merek dagang memberikan hak eksklusif kepada perusahaan, distributor, atau pengecer independen dengan imbalan pembayaran royalti dan menyesuaikan diri dengan prosedur operasi standar. Orang yang menawarkan hak guna paten disebut pemberi hak guna paten (*franchisor*) dan merupakan orang yang berpengalaman dalam bisnis selama beberapa puluh tahun serta memiliki pengetahuan mengenai apa yang berhasil dan apa yang tidak. *Franchisee* adalah orang yang membeli hak guna paten dan diberikan kesempatan untuk masuk dalam usaha baru dengan peluang besar untuk berhasil.

#### Keuntungan dari Hak Guna Paten

Keuntungan yang paling utama dari hak guna paten adalah bahwa wirausahawan tidak perlu pusing dengan hal yang berkaitan memulai usaha baru. Pemberi hak guna paten akan memberikan rencana operasi bisnis dengan arah yang jelas.

Penerima hak guna paten diberikan nasihat atau sebuah lokasi usaha yang telah ditetapkan. Dalam hak guna paten eceran, seperti McDonald, analisa lokasi dilakukan untuk menjamin bahwa bisnis akan mencapai tujuan yang ditetapkan. Penilaian keadaan lalu lintas, demografi, pertumbuhan bisnis di suatu daerah, persaingan, dan lain-lain merupakan bagian integral dari keputusan di mana akan menempatkan usaha. Sering hak guna paten melibatkan nama yang telah mapan yang akan memberikan pengakuan langsung dari penerima hak guna paten di

daerah pasar. Hal ini tidak menjamin keberhasilan tetapi memberi dorongan untuk memulai usaha dengan citra positif.

Salah satu tujuan dari pemberian hak usaha adalah bahwa pemberi hak bisa mendapatkan manfaat dari ekspansi cepat dan luas tanpa meminjam atau menanggung risiko finansial penting. Jika pemberi hak memberikan peluang kuat untuk berhasil, dia juga akan menerima manfaat dari royalti yang diterima dari penerima hak guna paten. Untuk menjamin tercapainya hal ini, pemberi hak harus menyediakan akuntansi standar dan prosedur operasional dan mempertahankan kendali atas perancangan tata ruang, peralatan dan perlengkapan. Kendali struktural sesungguhnya menguntungkan bagi penerima hak karena dia akan mendapatkan manfaat dari pengalaman dari pemberi hak.

Masing-masing penerima hak guna paten individu tidak akan mampu memasang iklan secara luas. Akan tetapi, dengan penggabungan (*pooling*) di mana kontribusi diberikan oleh tiap-tiap penerima hak berdasarkan volume penjualan, organisasi keseluruhan bisa mengadakan pengiklanan besar-besaran untuk memperkuat nama hak guna paten. Penerima hak guna paten individu kemudian bisa melakukan promosi di daerah mereka sesuai dengan persetujuan yang ada.

### **Jenis-jenis Hak Guna Paten**

Pada dasarnya terdapat tiga jenis hak guna paten. Perbedaan mungkin ada sebagai akibat inovasi baru dalam bidang hak guna paten. Satu jenis hak guna paten bisa ditemukan dalam industri mobil. Disini, perusahaan manufaktur menggunakan hak *franchise* untuk mendistribusikan hasil produksi mereka melalui dealer mobil atau sepeda motor. Dealer tersebut berfungsi sebagai toko eceran dari perusahaan mobil. Dalam beberapa hal dealer tersebut harus memenuhi kuota yang ditetapkan perusahaan, tetapi sebagaimana halnya dengan usaha hak guna paten, dealer mendapatkan manfaat dari dukungan periklanan dan manajemen dari perusahaan mobil. Jenis hak guna paten yang paling umum adalah jenis yang menawarkan nama, citra, metode menjalankan usaha, dan lain-lain, seperti McDonald, Kentucky Fried Chicken, Dunkin' Donuts.

Banyak perusahaan pemilik hak guna paten yang menawarkan jasa seperti agen pribadi, konsultasi pajak pendapatan, dan *real estate*. Jasa-jasa tersebut menawarkan nama-nama dan reputasi yang telah mapan serta metode menjalankan usaha. Dalam beberapa contoh, seperti *real estate*, penerima hak sesungguhnya telah mengoperasikan usaha, dan kemudian menjadi anggota perusahaan pemilik hak guna paten.

## **2. Risiko Investasi dalam Usaha *Franchising***

Usaha *franchising* melibatkan banyak risiko yang harus diketahui oleh para wirausahawan sebelum mereka mempertimbangkan investasi demikian. Kita mendengar keberhasilan *McDonald*, *Kentucky Fried Chicken*, namun setiap ada yang berhasil tentu ada yang gagal. Usaha *franchising* membutuhkan kerja keras dan tidak cocok untuk orang pasif. Usaha ini membutuhkan kerja keras karena keputusan usaha seperti penarikan tenaga kerja, penjadwalan, pembelian, dan akuntansi tetap menjadi tanggung jawab pemakai hak guna paten.

Langkah-langkah yang bisa diambil untuk menurunkan atau meminimalisasi risiko investasi dalam *franchising*:

### 1) Melakukan evaluasi diri

Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan berikut akan membantu menentukan apakah keputusan yang diambil tepat.

- Apakah anda orang yang suka memulai usaha sendiri?
- Apakah anda menikmati kerja dengan orang lain?
- Apakah anda mempunyai kemampuan untuk menyediakan kepemimpinan pada mereka yang akan bekerja kepada anda?
- Apakah anda mampu mengorganisasi waktu dan orang-orang yang bekerja dalam bisnis?
- Apakah anda mempunyai inisiatif untuk meneruskan usaha ketika usaha mengalami kenaikan atau penurunan?
- Apakah anda mempunyai kesehatan yang baik?

Wirausahawan hendaknya melakukan evaluasi sendiri untuk meyakinkan bahwa memasuki ventura *franchising* adalah tepat bagi dirinya.

### 2) Meneliti *franchise*

Sejumlah faktor yang harus dinilai sebelum membuat keputusan akhir dalam memilih *franchise* adalah:

- a. Usaha hak guna paten yang mapan dan belum mapan. Terdapat banyak keuntungan dan kerugian dalam melakukan investasi pada usaha hak guna paten yang mapan atau belum mapan. Investasi pada usaha hak guna paten yang belum mapan merupakan investasi yang tidak mahal. Akan tetapi, hal ini diimbangi dengan risiko yang besar. Penerima hak guna paten mungkin melakukan kesalahan yang berakibat kegagalan usaha. Reorganisasi konstan akan menyebabkan kebingungan dan mismanajemen. Akan tetapi, investasi pada usaha hak guna paten yang belum mapan merupakan tantangan yang bisa mendatangkan keuntungan yang besar ketika usaha tumbuh dengan cepat. Investasi pada usaha hak guna paten yang sudah mapan akan mengurangi risiko kegagalan tetapi membutuhkan investasi finansial yang sangat besar. Akan tetapi harus diingat bahwa akan senantiasa ada risiko, bahkan pada usaha yang sudah mapan.
- b. Stabilitas finansial dari usaha hak guna paten. Pembelian hak guna paten oleh wirausahawan hendaknya dilakukan sesudah dilakukan penilaian stabilitas finansial dari pemilik hak guna paten. Terdapat banyak faktor yang akan membantu wirausahawan menentukan stabilitas dan kemampuan mendatangkan laba dari organisasi usaha hak guna paten dalam jangka panjang. Pertanyaan berikut bisa ditanyakan oleh penerima hak guna paten atau ditentukan dari sumber alternatif.
  - Berapa banyak hak guna paten dalam organisasi?
  - Bagaimana keberhasilan tiap-tiap anggota organisasi hak guna paten?

- Apakah sebagian besar keuntungan dari hak guna paten merupakan fungsi dari imbalan dari penjualan hak guna paten atau dari royalti yang didasarkan pada keuntungan dari penerima hak guna paten?
- Apakah pemberi hak guna paten mempunyai pakar manajemen dalam bidang produksi, keuangan, dan pemasaran?

Informasi di atas bisa didapatkan dari laporan rugi-laba organisasi hak guna paten. Tatap muka dengan pemilik hak guna paten juga bisa mengungkapkan citra sukses dari organisasi.

- 3) Pasar potensial bagi usaha *franchise* adalah penting bagi wirausahawan untuk mengevaluasi daerah pasar darimana pelanggan akan tertarik dengan *franchise* baru. Satu cara mudah adalah dengan peta komunitas atau daerah setempat dan mencoba mengevaluasi arus lalu lintas dan demografi penduduk daerah tersebut. Informasi arus lalu lintas bisa diamati dengan mengunjungi daerah tersebut. Arah arus lalu lintas, kemudahan masuk dalam usaha, dan jumlah arus lalu lintas bisa diperkirakan dari pengamatan. Demografi daerah ditentukan dari data sensus. Perlu juga menemukan lokasi pesaing di daerah yang mungkin mempunyai pengaruh potensial terhadap usaha. Jika pemberi hak guna paten bersedia dan dana juga tersedia, akan sangat membantu mengadakan riset pemasaran di daerah pasar. Sikap dan minat dalam usaha baru bisa dinilai dalam riset pemasaran. Jika sumber daya tidak tersedia bagi studi riset pemasaran bisa dilakukan riset oleh perguruan tinggi setempat sebagai bagian dari proyek studi.
- 4) Keuntungan potensial bagi *franchise* baru. Sebagaimana halnya dengan usaha pemula, penting untuk mengembangkan laporan pendapatan, neraca, arus kas pro forma. Pemberi hak hendaknya memberikan proyeksi untuk menghitung informasi yang dibutuhkan.

Tidak setiap usaha hak guna paten tepat untuk anda. Wirausahawan harus mengevaluasi usaha hak guna paten untuk memutuskan mana yang paling tepat.

### 3. Persetujuan Hak Guna Paten

Kontrak atau persetujuan hak guna paten adalah tahap akhir untuk menjadi pemakai hak guna paten. Pada tahap ini pengacara yang berpengalaman dalam hak guna paten akan sangat diperlukan. Persetujuan ini berisi semua persyaratan spesifik dan kewajiban dari pemakai hak guna paten. Hal-hal seperti eksklusivitas daerah pemasaran akan melindungi pemakai hak guna paten dari pesaing yang memiliki hak guna paten yang sama. Syarat-syarat yang bisa diperbarui akan menunjukkan panjang kontrak dan persyaratan untuk memperbaruinya. Persyaratan finansial akan menentukan harga dari hak guna paten, jadwal pembayaran, royalti yang harus dibayar, dan lain-lain. Pemutusan perjanjian finansial hendaknya menunjukkan syarat-syarat apa yang akan terjadi jika usaha dari pemakai hak guna paten mengalami kebangkrutan. Masalah-masalah pemutusan perjanjian hak guna paten biasanya sering mendatangkan perkara hukum dibanding persoalan lain dalam *franchising*. Oleh karena itu syarat-syarat yang ditetapkan di atas hendaknya memberikan nilai pasar yang wajar jika pemakai hak guna paten ingin menjualnya.

## 4. Pemasaran Langsung

Terdapat perhatian yang semakin meningkat dalam ventura baru yang melibatkan pemasaran langsung. Ia memberi peluang yang menguntungkan dibanding tipe pemula lainnya karena wirausahawan biasanya menanggung risiko modal awal kecil dan bisa mendapatkan manfaat dari usaha pemasarannya pada pelanggan tertentu yang bisa dijangkau melalui teknik pemasaran langsung. Karena pemasaran langsung adalah pendekatan kewirausahaan khusus dan karena ia menawarkan beberapa keuntungan yang sama seperti hak guna paten, pendekatan ini dibahas disini.

### Definisi Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung bisa dinamakan pengiriman pos langsung, pengiriman pesanan melalui pos, dan tanggapan langsung. Semuanya termasuk kategori pemasaran langsung karena semuanya melibatkan aktivitas total dengan mana penjual mempengaruhi transfer barang dan jasa pada pembeli, mengarahkan usahanya pada pemerhati dengan menggunakan satu media atau lebih untuk tujuan mengumpulkan tanggapan melalui telepon, pos, atau kunjungan pribadi dari calon pelanggan.

### Inovasi yang Mempercepat Pertumbuhan Pemasaran Langsung

Pertumbuhan pemasaran langsung telah dipercepat dengan sejumlah inovasi penting. Kartu kredit sebagai misalnya mempercepat transaksi pesanan melalui pos, bisa menghindari pembayaran kontan. Perkembangan komputer memungkinkan penyimpangan sejumlah besar data, misalnya mengenai pelanggan, daftar barang, dan lain-lain. Pertumbuhan media surat kabar dan siaran televisi serta radio juga membantu mempercepat pertumbuhan teknik pemasaran langsung.

### Keuntungan dari Pemasaran Langsung

Keuntungan utama dari pemasaran langsung adalah kemudahan untuk masuk dalam usaha dan kebutuhan modal yang kecil. Setiap orang bisa masuk dalam usaha pemasaran langsung tanpa izin usaha yang rumit serta persyaratan keterampilan dan pendidikan yang perlu.

Di samping kemudahan untuk masuk dalam usaha, kebutuhan modal yang diperlukan untuk masuk dalam usaha pemasaran langsung juga minimal. Tidak diperlukan fasilitas besar, toko, atau jumlah karyawan yang besar untuk masuk dalam usaha pemasaran langsung. Modal yang diperlukan biasanya digunakan untuk pencetakan, pengeposan, dan daftar-daftar lainnya. Semuanya ini bisa dilakukan sebagai usaha paruh waktu hingga usaha ini mendatangkan aliran kas yang bisa mendukung usaha penuh. Hal ini berbeda dengan ventura baru lainnya yang membutuhkan kerja keras dan perhatian penuh dari wirausahawan.

Usaha pemasaran langsung juga memungkinkan wirausahawan untuk masuk ke pasar dengan cepat. Produk dan jasa bisa diuji untuk menentukan minat pelanggan dengan biaya minimum. Jika produk atau jasa tertentu berhasil, penawaran bisa dengan mudah diperluas untuk memenuhi permintaan potensial terhadap produk tertentu tersebut.

## Pertimbangan Pemula yang Penting

Sebagaimana halnya dengan usaha ventura baru, wirausahawan perlu memecahkan masalah penting tertentu. Wirausahawan bisa memulai usaha pemasaran langsung paruh waktu dengan modal kecil. Masalah yang penting dengan biaya *overhead* yang kecil ini adalah penggunaan kotak pos atau alamat jalan, apakah memungkinkan penggunaan kartu kredit dan penggunaan kiriman bebas bea?

Alamat jalan akan memberikan kredibilitas bagi usaha ventura baru dan karena hal ini merupakan tujuan itu sendiri yang harus diberikan prioritas. Alamat jalan memungkinkan pelanggan setempat melihat produk dari dekat.

Penggunaan kartu kredit meningkatkan hasil potensial. Ia juga menambah kredibilitas dan memberikan kenyamanan pada pelanggan. Hal ini mungkin penting untuk produk-produk mahal karena memungkinkan pelanggan untuk membiayai pembeliannya.

Penggunaan kiriman bebas bea mungkin menambah pengeluaran bagi wirausahawan. Akan tetapi, hal ini akan meningkatkan tanggapan pelanggan karena mempermudah untuk memesan.

## 5. Teknik Alternatif Pemasaran Langsung

Sejumlah strategi alternatif bisa digunakan oleh wirausahawan pada usaha ventura pemula.

- 1) Periklanan terklasifikasi (*classified advertising*). Pendekatan paling sederhana dan tidak mahal bagi wirausahawan adalah iklan terpilih pada surat kabar dan majalah. Majalah atau surat kabar hendaknya diidentifikasi yang akan mencapai pasar produk/jasa yang tepat. Iklan terklasifikasi bisa mendatangkan hasil laba yang tinggi.
- 2) Periklanan *display* (*display ads*). Tipe periklanan ini memungkinkan wirausahawan membeli kolom pada majalah atau surat kabar. Ia memberi peluang untuk menjelaskan secara gamblang dan gambaran produk/jasa. Di samping itu kupon potongan harga bisa dimasukkan dalam iklan tersebut sehingga pelanggan bisa memotongnya untuk dikirimkan bersama pembayarannya.
- 3) Kiriman pos langsung (*direct mail*). Teknik ini memungkinkan wirausahawan untuk mengirim barang yang dijual secara langsung kepada calon pelanggan. Teknik ini hendaknya digunakan ketika terdapat produk dan segmen pasar yang jelas.
- 4) Katalog penjualan (*catalog sales*). Pencetakan katalog berkualitas merupakan investasi yang sangat mahal bagi wirausahawan. Walaupun ini lebih mudah dibandingkan menjual di toko eceran, katalog harus menarik dan merangsang minat pelanggan. Keuntungannya adalah bahwa katalog memungkinkan penjualan berulang karena katalog mungkin disimpan untuk digunakan di masa yang akan datang.
- 5) Pemasaran tanggapan langsung media (*media direct response marketing*). Radio, televisi, dan telepon mungkin dipandang sebagai pendekatan alternatif untuk pemasaran produk atau jasa. Radio dan televisi dipandang sebagai bentuk periklanan media siaran. Dalam membeli waktu siar dan bukannya ruang, sebagaimana iklan *display*, wirausahawan menghadapi masalah yang berbeda. Dalam membeli waktu, tidak ada jadwal yang tersedia,

yang mempersulit perencanaan. Biaya-biaya akan berbeda, tergantung pada waktu, stasiun, panjang iklan, serta ukuran pendengar dan pemirsa yang mungkin dicapai.

*Telemarketing* juga menjadi metode menjual produk atau jasa yang sangat populer. Biaya-biaya bisa ditekan hingga minimum namun tetap mencapai pendengar dan pemirsa yang luas. Keuntungan *telemarketing* adalah bahwa ia memberikan umpan balik langsung kepada pemakai. Jadi tingkat tanggapan lebih tinggi dibanding metode lain. Wirausahawan bisa mengidentifikasi komunitas dengan percakapan telepon menurut demografi kepada orang-orang yang kemungkinan besar membeli produk/jasa.

## 6. Bentuk-Bentuk Kepemilikan

Wirausahawan harus terampil dalam strategi dan perencanaan, agar bisnis bisa langgeng. Wirausahawan harus juga menguasai semua peraturan dan ketentuan dalam dunia usaha. Sebelum menjalankan usaha, wirausahawan haruslah memilih bentuk hukum yang paling sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan bisnisnya. Rencana wirausahawan haruslah mempertimbangkan berbagai ketentuan hukum yang berbeda satu sama lain, yang mengatur jalannya bisnis. Untuk memilih bentuk hukum dari bisnis, pertama-tama haruslah mengetahui alternatif yang ada.

Terdapat tiga bentuk dasar dari organisasi perusahaan: kepemilikan tunggal, kongsi, dan perseroan. Masing-masing memiliki keuntungan dan kerugian sendiri. Jenis organisasi bisnis yang dipilih wirausahawan akan menentukan pola hubungan wirausahawan dengan berbagai badan pemerintah.

### Kepemilikan Tunggal

Kepemilikan tunggal (firma) merupakan bentuk organisasi bisnis kecil yang paling umum. Perusahaan dimiliki dan dijalankan oleh satu orang. Menjadi seorang pemilik tunggal, wirausahawan hanya memerlukan ijin dan mendaftar untuk bisa memulai usaha.

Keuntungan-keuntungan dari kepemilikan tunggal antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Organisasi informal sudah cukup, dan kewajiban-kewajiban hukum yang harus dipenuhi hanya sedikit, dan biasanya tidak semahal seperti membentuk sebuah kongsi atau PT.
- 2) Pemilik tidak perlu membagi laba dengan siapapun.
- 3) Tidak perlu berkonsultasi dengan sesama pemilik atau rekanan (kecuali mungkin istri) sehingga seorang pemilik tunggal mempunyai kekuasaan membuat keputusan dan pengendalian sepenuhnya.
- 4) Pemilik dapat menanggapi kebutuhan-kebutuhan bisnis dengan cepat dalam bentuk keputusan manajemen sehari-hari.
- 5) Kepemilikan tunggal biasanya bebas dari pengawasan pemerintah dan perpajakan khusus.

Kerugian-kerugian yang diakibatkan dari kepemilikan tunggal adalah sebagai berikut:

- 1) Kepemilikan tunggal mempunyai kewajiban tidak terbatas dan bertanggung jawab atas seluruh hutang perusahaan. Hal ini dapat melebihi investasi total wirausahawan dalam

bisnis itu. Hutang-hutangnya meliputi seluruh hartanya, termasuk rumahnya dan barang-barang milik wirausahawan tersebut.

- 2) Mungkin modal yang tersedia jauh lebih kecil dibandingkan organisasi bisnis lainnya.
- 3) Kepemilikan tunggal boleh jadi sukar mendapatkan pembiayaan jangka panjang. Perusahaan sangat tergantung pada keterampilan wirausahawan. Sebagai akibatnya perusahaan sangat tidak stabil, karena sakit atau kematian wirausahawan akan sangat merugikan operasi normal perusahaan.

Seorang wirausahawan mungkin mulai sebagai pemilik tunggal dan kalau berhasil mengembangkan bisnis menjadi kongsi atau perseroan.

### **Kongsi**

Beberapa ciri dari kongsi yang membedakan dari bentuk organisasi lain adalah umur yang terbatas dari kongsi, kewajiban tak terbatas dari salah seorang rekanan, pemilikan bersama dari harta, ikut serta dalam manajemen dan pembagian laba dalam kongsi.

Keuntungan-keuntungan dari bentuk kongsi antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Formalitas hukum dan pengeluaran-pengeluaran lebih sedikit dibandingkan dengan persyaratan-persyaratan dalam pendirian sebuah perseroan.
- 2) Para rekanan lebih bermotivasi untuk menerapkan kemampuan mereka sebaik-baiknya karena mereka ikut mendapatkan laba.
- 3) Pada sebuah kongsi seringkali lebih mudah mendapatkan modal yang lebih besar, dan mempunyai keterampilan yang lebih luas dibandingkan sebuah kepemilikan tunggal.
- 4) Pengambilan keputusan dalam sebuah kongsi lebih luwes daripada dalam sebuah perseroan.

Kerugian-kerugian yang diakibatkan dari sebuah kongsi adalah sebagai berikut:

- 1) Harus terdapat kewajiban tak terbatas, paling sedikit bagi seorang rekanan.
- 2) Kongsi akan berakhir kapan saja seorang rekanan meninggal atau menginginkan pembubaran kongsi. Namun, kongsi dapat dilanjutkan atas dasar hak untuk tetap hidup dan kemungkinan pembentukan kongsi yang baru.
- 3) Kongsi relatif lebih sukar untuk memperoleh modal dalam jumlah besar, terutama untuk pembiayaan jangka panjang, dibandingkan dengan perseroan.
- 4) Rekanan merupakan agen bisnis itu dan tindakan mereka mengikat rekanan-rekanan lain maupun bisnis itu.
- 5) Kepentingan pribadi seorang rekanan sukar dihapuskan. Mengeluarkan rekanan dengan cara menukar uang itu sukar, jika telah diatur secara khusus dalam perjanjian kongsi secara tertulis.

Kongsi dapat dirumuskan sebagai sebuah asosiasi dari dua orang atau lebih, yang bertindak sebagai pemilik bersama dari sebuah bisnis. Ayat-ayat perjanjian dari kongsi biasanya dirumuskan untuk menentukan sumbangan masing-masing rekanan kepada bisnis dan peran dari setiap *partner* didalamnya.



## Perseroan

Sebuah perseroan biasanya dibentuk dengan kekuasaan dari sebuah badan pemerintah, dan harus menurut hukum dagang, dan peraturan-peraturan pemerintah (pusat ataupun daerah) yang berbeda-beda. Prosedur yang biasanya harus diikuti dalam mendirikan sebuah perseroan terbatas adalah, pertama-tama bahwa harus ditentukan jumlah saham dan pembagian-pembagiannya dan harus dibentuk suatu organisasi sementara. Selanjutnya harus diperoleh persetujuan dari pemerintah. Persetujuan dari pemerintah ini harus dalam bentuk suatu akte pendirian untuk perseroan itu, yang menyatakan kekuasaan dan keterbatasan dari suatu perusahaan tertentu.

Keuntungan-keuntungan dari sebuah perseroan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Kewajiban pemilik saham terbatas pada jumlah saham, biasanya sesuai dengan jumlah investasi si pemegang saham.
- 2) Pemilikan dengan mudah dapat dipindahkan dari satu orang ke orang lain.
- 3) Perseroan mempunyai eksistensi hukum yang terpisah.
- 4) Eksistensi perseroan relatif lebih stabil dan lebih permanen. Umpamanya, jika pimpinan meninggal atau hilang, maka perusahaan atau perseroan dapat terus berjalan dan melaksanakan usahanya.
- 5) Pemilik mendelegasikan kekuasaan kepada manajer profesional, yang merupakan spesialis.
- 6) Perseroan sanggup menggaji spesialis.

Kerugian-kerugian yang diakibatkan dari sebuah perseroan adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian dan berbagai hukum atau perundang-undangan.
- 2) Banyak peraturan pemerintah yang harus diperhatikan dan perseroan harus membayar banyak dari labanya kepada instansi-instansi pemerintah.
- 3) Mendirikan sebuah perseroan memakan lebih banyak biaya daripada membentuk sebuah kongsi.
- 4) Mungkin terdapat pajak-pajak yang lebih besar karena adanya berbagai instansi pemerintah.

Jawaban dari pertanyaan berikut mungkin akan membantu wirausahawan menentukan pembentukan jenis organisasi bisnis atau perubahan bentuk kepemilikan bisnis sekarang.

- Sampai sejauh mana para penanam modal bertanggung jawab atas hutang dan pajak?
- Bentuk hukum organisasi mana yang akan menjamin keluwesan yang terbesar bagi manajemen perusahaan?
- Sampai dimanakah hukum dan peraturan-peraturan pemerintah dapat mempengaruhi bentuk organisasi.
- Berapa banyak modal tambahan yang akan diperlukan di masa depan?
- Berapa banyak tenaga manajemen puncak tambahan yang akan diperlukan?

- Berapa banyak biaya dan prosedur-prosedur apakah yang diikuti dalam memulai sebuah bisnis atau mengubah bentuknya yang sekarang?
- Apakah tujuan dan maksud terakhir dari bisnis itu?
- Bentuk organisasi hukum mana yang dapat memenuhi untuk mencapai tujuan itu sebaik-baiknya?

Dari ketiga bentuk atau jenis organisasi bisnis, perseroan inilah yang paling rumit. Perseroan dapat dirumuskan sebagai suatu diri buatan, tidak terlihat, tidak berwujud, dan hanya ada menurut hukum. Dengan perkataan lain, dia merupakan sebuah badan hukum dan mempunyai identitas yang terpisah dari para pemiliknya.

## 7. *Go Public*

*Go public* terjadi ketika wirausahawan dan pemilik saham dari usaha ventura lainnya menawarkan dan menjual sebagian dari saham perusahaan kepada masyarakat melalui pendaftaran kepada Bapepam. Modal yang masuk ke perusahaan dan jumlah pemegang saham yang banyak serta saham beredar akan merupakan sumber daya finansial dari rencana-rencana usaha dan cara investasi yang relatif likuid bagi investor publik. Akibatnya, perusahaan secara teoritis akan mempunyai akses yang lebih besar ke dalam pasar modal di masa depan dan mempunyai gambaran publik yang lebih obyektif mengenai nilai usaha. Akan tetapi, besarnya persyaratan yang harus dilaporkan, banyaknya pemegang saham, dan biaya yang harus dikeluarkan menimbulkan keuntungan dan kerugian dalam *go public* yang harus dievaluasi dengan hati-hati oleh wirausahawan sebelum memulai proses *go public*.

## 8. Keuntungan dan Kerugian *Go Public*

### Keuntungan *Go Public*

Terdapat empat keuntungan utama yang diperoleh ketika melakukan *go public*. Keuntungan-keuntungan tersebut antara lain:

- 1) Diperolehnya modal ekuitas baru.
- 2) Diperolehnya nilai dan kemampuan dialihkan dari aktiva organisasi.
- 3) Kemampuan untuk mendapatkan dana di masa depan dengan relatif lebih mudah.
- 4) Mendapatkan *prestige*.

Apakah perusahaan dalam posisi pembiayaan tahap pertama, kedua, dan ketiga, usaha ventura tetap membutuhkan modal untuk membiayai usaha mula dan pertumbuhannya. Modal baru akan memberikan modal kerja, pabrik dan peralatan yang dibutuhkan, atau persediaan dan pemasokan untuk mendukung kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Modal kerja adalah investasi perusahaan pada aktiva jangka pendek seperti kas, surat-surat berharga, piutang dan persediaan, atau seluruh aktiva lancar. *Go public* merupakan cara terbaik untuk mendapatkan kebutuhan modal ini dengan syarat-syarat yang paling baik.

*Go public* juga merupakan mekanisme penilaian perusahaan dan memungkinkan nilai ini untuk mudah ditransfer di antara pihak-pihak. Banyak perusahaan yang dimiliki oleh keluarga atau perusahaan privat lainnya yang perlu melakukan *go public* sehingga nilai perusahaan bisa

disebarkan di antara generasi kedua, ketiga, dan seterusnya. Pemodal ventura memandang *go public* sebagai cara paling bermanfaat untuk menyediakan likuiditas yang diperlukan untuk keluar dari perusahaan dengan pengembalian yang wajar pada investasi tahap awal mereka. Investor lain juga bisa melikuidasi investasi mereka dengan mudah ketika saham perusahaan mempunyai nilai dan bisa ditransferkan. Karena likuiditas ini, nilai surat berharga yang diperjualbelikan ini sering lebih besar daripada surat berharga yang tidak diperjualbelikan. Di samping itu, perusahaan yang *go public* sering mempunyai cara mudah untuk mendapatkan perusahaan lain ketika surat berharga perusahaan bisa digunakan dalam transaksi daripada kesepakatan finansial lain seperti pembayaran kontan.

Ketiga, perusahaan yang *go public* biasanya memperoleh cara mudah untuk mendapatkan modal tambahan, terutama hutang. Uang bisa dipinjam dengan mudah dan dengan persyaratan yang menguntungkan jika terdapat nilai pada perusahaan dan bahwa nilai tersebut bisa ditransferkan. Tidak hanya pembiayaan hutang tetapi modal ekuitas masa depan lebih mudah diperoleh ketika diperoleh kenaikan nilai saham.

Keuntungan terakhir, *prestige*, juga diperoleh ketika perusahaan yang *go public* lebih dikenal luas. *Prestige* ini bisa memperlancar diperolehnya pemasok yang lebih baik maupun jasa dukungan.

### **Kerugian Go Public**

Jika keuntungan *go public* adalah penting bagi ventura baru, keuntungan tersebut harus ditimbang dengan kerugian yang ada ketika melakukan *go public*. Terdapat kecenderungan para wirausahawan berusaha mempertahankan perusahaan privatnya, bahkan walau pada saat pasar saham sedang bergairah.

Salah satu alasan keengganan untuk melakukan penawaran publik adalah terbukanya rahasia perusahaan dan potensi hilangnya kendali dari perusahaan yang melakukan *go public*. Untuk tetap berada di depan dalam hal teknologi, keuntungan jangka pendek perlu dikorbankan bagi inovasi jangka panjang. Hal ini memerlukan investasi kembali dalam teknologi yang dengan sendirinya mungkin tidak menghasilkan hasil-hasil yang mendasar (bahkan dalam jangka panjang). Pembuatan keputusan jangka panjang semakin meningkat pada perusahaan yang melakukan *go public* di mana evaluasi penjualan/laba menunjukkan kemampuan manajemen seperti yang tercermin pada nilai saham. Pembuatan keputusan tidak hanya dipengaruhi sebagian oleh mekanisme evaluasi yang menyertai perusahaan *go public*, perusahaan juga bisa dikendalikan sepenuhnya ketika sejumlah besar saham dijual ke masyarakat. Hilangnya kendali ini bisa menyebabkan perusahaan bisa diakuisisi atau di-*leverage buyouts* oleh orang luar.

Beberapa aspek penting yang mengganggu dari perusahaan yang sudah *go public* adalah hilangnya fleksibilitas dan meningkatnya beban administrasi yang diakibatkannya. Keputusan harus dilakukan dari segi saham yang dimiliki oleh masyarakat, dan perusahaan wajib memberikan informasi mengenai perusahaan secara tetap kepada masyarakat, operasi perusahaan dan manajemennya.

Di samping itu biaya-biaya yang harus dikeluarkan selama melakukan *go public* juga bisa sangat mahal. Biaya-biaya tersebut termasuk pembayaran pada akuntan, notaris, penjamin, biaya pendaftaran, serta biaya percetakan. Pembayaran pada akuntan untuk melakukan audit sangat besar, tergantung pada ukuran perusahaan, ketersediaan laporan rugi-laba diaudit tahun sebelumnya, dan rumitnya operasi perusahaan.

## 9. Proses *Go Public*

### Emisi melalui Bursa Efek Reguler

Perusahaan yang bermaksud menawarkan efeknya kepada masyarakat melalui Bursa Efek Reguler, harus melalui prosedur: persiapan, penyampaian *letter of intent* dan pernyataan, pendaftaran emisi, penelaahan Bapepam, pemberian izin, pasar perdana dan pencatatan efek di Bursa Efek. Berikut ini akan diuraikan langkah-langkah tersebut.

- 1) *Persiapan*. Sebelum perusahaan menyampaikan maksud untuk *go public* kepada Bapepam, perusahaan perlu melakukan konsultasi baik pihak intern perusahaan itu sendiri, Bapepam, maupun instansi lainnya.

Tahap awal konsultasi tentunya dilakukan antara Dewan Direksi dan Dewan Komisaris mengenai rencana untuk *go public*. Pada kesempatan ini sudah dapat diperkirakan jenis efek yang akan diemisikan oleh perusahaan. Juga yang tidak kalah pentingnya adalah konsultasi dengan para pemegang perseroan. Karena pada dasarnya suatu emisi efek harus mendapatkan persetujuan dari pemegang sahamnya, yaitu yang tercermin dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Di dalam konsultasi ini, calon emiten selanjutnya dapat menghubungi Bapepam untuk mendapatkan informasi tersebut, yang dapat diperoleh dari Ketua Bapepam. Sekretaris Bapepam atau Biro Fungsional di Bapepam. Namun sesuai dengan fungsinya, penjelasan mengenai emisi efek secara umum ditangani oleh Biro Pendaftaran Emisi dan Akuntansi. Konsultasi ini pada umumnya sangat bermanfaat terutama untuk mengetahui persyaratan apa saja yang harus dipenuhi serta kemungkinan mencari tahu apakah perusahaan akan menghadapi *problem* dengan instansi teknis di mana perusahaan berada sehubungan dengan rencana emisi tersebut.

- 2) *Penyampaian letter of intent dan pernyataan pendaftaran emisi*. Tahap selanjutnya yang harus dipenuhi oleh calon emiten setelah melakukan konsultasi dalam tahap persiapan adalah penyampaian "*letter of intent*" (surat pernyataan maksud) kepada Bapepam yang berupa pernyataan resmi dari calon emiten mengenai maksudnya untuk melaksanakan emisi efek.

Setelah penyampaian *letter of intent* serta jawaban/tanggapan dari Bapepam diberikan, langkah lebih lanjut yang harus ditempuh calon emiten dalam tahap ini adalah menghubungi dan menunjuk lembaga penunjang emisi seperti penjamin emisi, akuntan publik, notaris, konsultan hukum, dan perusahaan penilai (jika diperlukan).

Tahap selanjutnya adalah mengajukan pernyataan pendaftaran emisi efek kepada Ketua Bapepam melalui Penjamin Pelaksana Emisi (*underwriter*) adalah lembaga perantara emisi yang akan menjamin penjualan/emisi efek tersebut. Selanjutnya emiten bersama-sama dengan penjamin pelaksana emisi menyusun jadwal sementara kegiatan emisi efek

yang akan dibicarakan bersama dengan Bapepam setelah pernyataan pendaftaran emisi efek diserahkan.

- 3) *Penelaahan Bapepam*. Setelah pernyataan pendaftaran emisi berikut lampirannya diterima, maka Bapepam segera melakukan penelaahan. Adapun penelaahan yang dilakukan oleh Bapepam lebih ditekankan pada penelitian atas kesesuaian/kelengkapan dokumen yang disampaikan. Bapepam pada prinsipnya tidak melakukan penelaahan secara fisik atas calon emiten.

Selain penelaahan terhadap kesesuaian/kelengkapan dokumen pendaftaran emisi, Bapepam juga mengajukan pertanyaan tertulis kepada emiten serta dapat menghubungi pihak-pihak lain yang terkait, jika dipandang perlu.

Dalam rangka pelaksanaan penelaahan tersebut dengan maksud memperlancar proses emisinya, Bapepam juga mengadakan penelaahan bersama antara emiten, lembaga penunjang dan Bapepam. Pertemuan ini meliputi pertemuan koordinasi dan pertemuan yang menyangkut bidang tertentu (pertemuan teknis).

Yang dibicarakan dalam pertemuan koordinasi antara lain mengenai hal-hal yang bersifat umum seperti hal-hal yang perlu dilaksanakan agar rencana emisi dapat dilaksanakan tepat pada waktunya seperti yang dijadwalkan. Selain itu juga dibicarakan masalah-masalah yang dihadapi dalam proses emisi serta cara penyelesaiannya. Pertemuan koordinasi dihadiri oleh wakil dari emiten, seluruh Biro di lingkungan Bapepam, dan Sekretaris Bapepam.

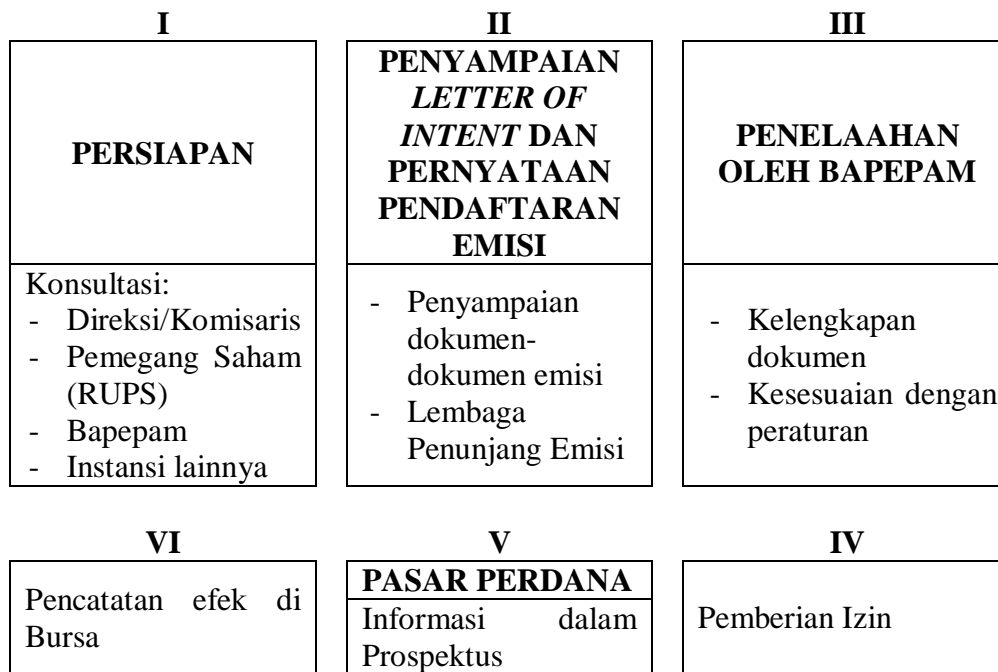
- 4) *Pemberian izin emisi*. Setelah Bapepam melaksanakan penelaahan seperti diuraikan di atas dan seluruh dokumen emisi telah lengkap serta memenuhi ketentuan yang berlaku, maka tahap selanjutnya adalah dengar pendapat terbatas yang dilaksanakan antara Bapepam dengan emiten dan lembaga penunjang emisi. Jika dalam dengar pendapat terbatas tersebut tidak diketemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, selanjutnya Ketua Bapepam atas nama Menteri Keuangan memberi izin emisi.

- 5) *Pasar perdana*. Setelah izin emisi efek diberikan Ketua Bapepam atas nama Menteri Keuangan, maka tahap berikutnya adalah pemasaran efek tersebut secara langsung dari emiten melalui perjanjian emisi efek dan agen penjual (yang terdiri dari anggota bursa) kepada masyarakat atau pemodal dalam pasar perdana (harga saham yang dijual pada pasar perdana) dilakukan atas dasar kesepakatan emiten dan Penjamin Emisi Efek.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, harga penawaran perdana tidak boleh di bawah nominal. Dalam hal ini Bapepam tidak turut serta dalam penentuan harga tersebut.

Dalam pasar perdana, fungsi prospektus benar-benar sangat dirasakan manfaatnya. Sumber informasi utama, prospektus akan dipergunakan oleh pemodal untuk mempertimbangkan pembelian saham yang ditawarkan pada pasar perdana. Selain dari pada itu, untuk lebih menyebarluaskan informasi emisi tersebut, prospektus ringkas juga dibuat dengan tujuan untuk diiklankan melalui surat kabar.

- 6) *Pencatatan efek di Bursa*. Setelah emiten memperoleh izin emisi sebagaimana terlihat dalam tahapan emisi tersebut di atas, maka emiten selanjutnya mempunyai kewajiban untuk melakukan pencatatan sahamnya di bursa efek dengan batasan waktu selambat-lambatnya 90 (sembilan puluh) hari sejak Surat Izin Emisi Efek diterbitkan.



**Gambar 4.1 Diagram Proses Go Public**

### Emisi melalui Bursa Paralel

Secara garis besar proses emisi melalui bursa efek (reguler) berlaku sepenuhnya dalam proses emisi bursa paralel kecuali beberapa persyaratan emisi. Dapat pula dikatakan bahwa umumnya proses emisi di bursa paralel lebih ringan daripada bursa reguler karena pada bursa paralel dibutuhkan persyaratan yang lebih ringan. Beberapa perbedaan dimaksud antara lain meliputi hal-hal sebagai berikut.

- 1) *Persyaratan Modal Disetor*. Di dalam emisi melalui bursa paralel, persyaratan mengenai modal disetor lebih ringan yaitu sekurang-kurangnya Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- 2) *Persyaratan Laporan Keuangan*. Dalam emisi efek melalui bursa paralel, persyaratan mengenai laporan keuangan komparatif (dua tahun) lebih ringan, yaitu cukup disajikan dalam bentuk pendek, disertai dengan laporan akuntan publik/akuntan negara dengan pendapat wajar tanpa syarat (*unqualified opinion*). Apabila emiten merupakan perusahaan yang baru berdiri, maka hanya perlu menyampaikan laporan keuangan interim atau laporan keuangan pendirian.
- 3) *Evaluasi dari Penjamin Emisi*. Sebagai tambahan atas dokumen emisi yang berlaku pada emisi melalui bursa efek (reguler), dalam rangka emisi melalui bursa paralel dipersyaratkan juga bahwa setiap penyampaian persyaratan pendaftaran emisi efek harus dilampiri pula dengan laporan dari penjamin emisi kepada Ketua Bapepam. Laporan hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh penjamin emisi meliputi hasil penilaian atas keadaan dan kemampuan calon emiten. Penilaian ini selain meliputi keadaan dan prospek perusahaan termasuk juga mengenai kewajaran dan kelengkapan persyaratan emisi. Dalam rangka proses emisi ini apabila dianggap perlu Bapepam dapat melakukan pemeriksaan ulang terhadap calon emiten.

## 10. Pilihan Lain selain *Go Public*

Dua alternatif yang paling sering digunakan oleh perusahaan ventura adalah penempatan privat (*private placement*) dan pinjaman atau kredit perbankan. Penempatan surat berharga privat terutama dengan lembaga investasi (perusahaan asuransi, perusahaan investasi, atau dana pensiun) adalah metode alternatif untuk mendapatkan dana dengan usaha minimum. Dana-dana tersebut biasanya diperoleh dalam bentuk hutang jangka menengah atau hutang jangka panjang, yang sering membawa beban suku bunga mengambang atau saham preferen dengan pembayaran dividen tertentu. Di samping itu, sebagian besar transaksi juga melakukan akad perjanjian terbatas. Perjanjian tersebut biasanya tidak dimaksudkan untuk menghambat operasi ventura, tetapi melindungi investor dan memungkinkan likuidasi menguntungkan pada waktu mendatang. Perjanjian likuidasi biasanya berisi persyaratan yang memungkinkan investor mendapatkan registrasi penjualan atau disposisi sekuritasnya pada suatu waktu.

Selain penempatan modal privat, pinjaman bank merupakan sumber alternatif dari *go public*. Pinjaman bank adalah cara umum untuk mendapatkan dana tambahan. Akan tetapi, dana tambahan ini berbentuk hutang, bukan ekuitas dan karenanya harus mempunyai jaminan dari perusahaan atau jaminan dari wirausahawan yang berada di belakang perusahaan. Jaminan ini biasanya berbentuk kontrak, piutang dagang, mesin, persediaan, tanah, atau bangunan, atau berupa aktiva berwujud.

Pembiayaan hutang lainnya bisa diperoleh dari lembaga keuangan bukan bank, seperti perusahaan asuransi, *leasing*, pedagang pemasok, dan lain-lain.

### SOAL-SOAL LATIHAN

1. Apa yang dimaksud dengan hak guna paten?
2. Sebutkan bentuk-bentuk badan usaha yang bisa dipilih oleh wirausahawan?
3. Sebutkan jenis-jenis hak guna paten?
4. Apa yang dimaksud dengan *go public*?
5. Apa yang dimaksud dengan pemasaran langsung?
6. Apa keuntungan perusahaan yang melakukan *go public*?
7. Inovasi apa yang mempercepat perkembangan pemasaran langsung?
8. Apa kerugian perusahaan yang melakukan *go public*?
9. Apa keuntungan dengan dilakukannya pemasaran langsung?
10. Alternatif apa selain *go public* yang bisa dipilih oleh perusahaan untuk mendapatkan dana?