

Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Perjanjian Waralaba

Muhammad Alfian¹, Dwi Handayani², Sahban Sahban³

Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia

Koresponden: suhaibarrijal251@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek peraturan hukum hak kekayaan intelektual dalam perjanjian waralaba serta perlindungan hukum HaKI bagi pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee) dalam perjanjian waralaba. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian kepustakaan (library research). Hasil penelitian ini menunjukkan (1) aspek peraturan hukum HaKI dalam perjanjian waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang mengatur perjanjian ini tidak hanya memberikan kepastian hukum bagi franchisor, tetapi juga melindungi investasi dan hak-hak franchisee. (2) Bagi franchisor, HaKI berfungsi sebagai perlindungan hukum untuk menjaga ciri khas produk dan sistem bisnis dari penyalahgunaan atau modifikasi oleh pihak penerima waralaba (franchisee) dan memastikan integritas model bisnis tetap terjaga sesuai perjanjian. Sedangkan bagi franchisee melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta prinsip-prinsip dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perlindungan ini mencakup hak untuk menggunakan merek dagang dan sistem bisnis, penyelesaian perselisihan dapat dilakukan dengan cara litigasi, serta memberikan hak kepada franchisee untuk meminta ganti rugi jika terjadi pemutusan sepihak oleh franchisor. Rekomendasi penelitian ini pada perjanjian waralaba seharusnya diterapkan berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata yang mengharuskan kesepakatan secara sukarela tanpa adanya keterpaksaan, namun menurut peneliti perjanjian antara pihak franchisor dengan pihak franchisee terkesan memberatkan pihak franchisee dimana kendali penuh dipegang oleh pihak franchisor. Serta, hendaknya para pihak dalam perjanjian waralaba baik pihak pemberi waralaba (franchisor) maupun pihak penerima waralaba (franchisee) sebelum menandatangani kontrak baku perjanjian waralaba harus teliti terlebih dahulu dalam menganalisa isi perjanjian yang akan disepakati bersama.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, Perjanjian, Waralaba.

Abstract:

This research aims to determine the legal aspects of intellectual property rights regulations in franchise agreements and the legal protection of IPR for franchisors and franchisees in franchise agreements. This research uses a normative legal research method. The legal sources used in this research include primary and secondary legal materials. The legal material collection technique in this research was conducted through library research. The results of this research indicate (1) the legal aspects of IPR regulations in franchise agreements are regulated by Government Regulation Number 42 of 2007 concerning Franchises and Minister of Trade Regulation Number 71 of 2019 concerning Franchise Implementation, which stipulate this agreement not only provides legal certainty for franchisors but also protects the franchisee's investment and rights. (2) For franchisors, IPR serves as legal protection to safeguard the distinctive characteristics of products and business systems from misuse or modification by the franchisee. The franchisee's rights are protected and the integrity of the business model is maintained according to the agreement. Meanwhile, for franchisees, this protection is regulated by Government Regulation No. 42 of 2007 concerning Franchising and the principles of the Civil Code (KUHPerdata). This protection includes the right to use trademarks and business systems, dispute resolution through litigation, and the franchisee's right to seek compensation in the event of unilateral termination by the franchisor. This research recommends that franchise agreements should be implemented based on Article 1320 of the Civil Code, which requires voluntary agreement without coercion. However, according to the researcher, the agreement between the franchisor and franchisee appears to be burdensome for the franchisee, as the franchisor holds full control. Furthermore, the parties to the franchise agreement, both the franchisor and the franchisee, should carefully analyze the contents of the agreement before signing the standard franchise agreement.

Keywords: Intellectual Property Rights, Agreements, Franchises.

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, transportasi dan komunikasi menunjang pembangunan di bidang perdagangan merupakan daya tarik negara-negara di dunia berinvestasi di Indonesia. Investor dalam negeri maupun investor asing mewarnai kegiatan perdagangan di Indonesia. Perkembangan industri perekonomian masa kini sangat beragam dan kompleks. Beragamnya jenis usaha dan pergerakan dunia usaha yang ada, telah meningkatkan keinginan investor untuk berinvestasi di dunia bisnis. Perkembangan

perdagangan dan bisnis menyebabkan semakin dibutuhkannya perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI).¹

Salah satu bentuk kegiatan bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini adalah *Franchise* atau waralaba baik jenis waralaba nasional maupun internasional. Waralaba sudah lama dikenal di Indonesia, regulasi yang mengatur waralaba terdapat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.²

Pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HaKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa. Waralaba pada hakekatnya adalah suatu bentuk bisnis kerja sama antara pemilik merk suatu produk dengan pihak lain yang ingin memasarkan produk tersebut dalam rangka memperluas jaringan secara cepat. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan waralaba. Jaringan pemasaran dan omset dapat berkembang lebih cepat sehingga memperoleh kepercayaan yang luas dari masyarakat. Sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) dan manajemen.

Para pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada pasal 1 ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sementara itu penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh

¹ Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (1997). *Hak Milik Intelektual (Sejarah, teori dan Prakteknya)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

² Widjaja, G. (2001). *Seri Hukum Bisnis Lisensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

pemberi waralaba untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Adanya kepentingan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu waralaba maka terjadilah suatu kesepakatan yang biasanya disahkan dalam sebuah kontrak atau perjanjian bisnis. Pada dasarnya perjanjian bersifat konsensual, namun demikian ada perjanjian-perjanjian tertentu yang mewajibkan dilakukan suatu tindakan yang lebih hanya dari sekedar kesepakatan, sebelum pada akhirnya perjanjian tersebut dianggap sah.³

Waralaba bukanlah suatu industri baru di Indonesia, pebisnis mulai menunjukkan tren peningkatan dan kerap menjadi topik perbincangan bisnis, baik di media maupun dalam praktik keseharian. Semakin hari semakin banyak orang yang tertarik untuk membeli hak waralaba. Namun sayangnya, data yang ada menunjukkan bahwa peluang sukses waralaba hanya mencapai sekitar 60% saja. Dibandingkan dengan di Amerika Serikat yang mencapai diatas 90%.⁴

Legalitas yuridis dari waralaba sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1977 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba. Yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1977 tanggal 30 Juli tahun 1977 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dengan berkembangnya waralaba di Indonesia maka lahir pula ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format hukum waralaba. Adapun beberapa dasar hukum di Indonesia yang digunakan untuk waralaba:

1. Perjanjian sebagai dasar hukum keberadaan waralaba dengan dasar hukum pasal 1338 ayat (1), Pasal 1233 sampai dengan 1456 KUHPerdara.
2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek.

³ Gemala Dewi, S. H. (2018). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Prenada Media.

⁴ Adrian Sutedi. (2008). "*Hukum Waralaba*", Bogor: Ghalia Indonesia

3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba
5. Dan peraturan-peraturan lain sebagai dasar hukum seperti perizinan usaha, pendirian usaha dan lain lain.

Dalam peraturan perundang-undangan tersebut ditegaskan bahwa waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan atau jasa. Peraturan tersebut kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007.

Hak Kekayaan Intelektual yang diberikan hanyalah hak untuk menjual atau mendistribusikan produk barang atau jasa dengan menggunakan merek tertentu saja, yang tidak disertai dengan kewenangan dan atau tindakan untuk melakukan suatu hal tertentu baik dalam bentuk pengelolaan atau pengolahan lebih lanjut yang memberikan tambahan nilai pada produk barang yang dijual tersebut, maka hal yang demikian tidak jauh berbeda dari suatu bentuk pendistribusian barang.⁵

Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, memberikan pengertian waralaba yaitu, “hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”. Waralaba atau *franchise* dilakukan melalui perjanjian lisensi, yaitu izin untuk menikmati manfaat ekonomi dari

⁵ Hanim, L. (2011). *Perlindungan hukum haki dalam perjanjian waralaba di indonesia*. Sultan Agung Islamic University.

suatu obyek yang dilindungi HaKI untuk jangka waktu tertentu, dengan membayar sejumlah *royalty*.⁶

Dengan demikian menurut penulis, Hak Kekayaan Intelektual merupakan unsur yang sangat signifikan dalam waralaba tanpa ada HaKI yang terdapat dalam waralaba maka dapat dikatakan suatu usaha bukanlah waralaba, oleh karena itu perlindungan hukum HaKI dalam perjanjian waralaba menjadi sangat penting dalam mendukung usaha waralaba. Waralaba sebagai subsektor perdagangan memerlukan perlindungan yang memadai. Waralaba senantiasa terkait dengan pemberian hak untuk menggunakan dan/atau memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual tertentu. Hak kekayaan intelektual tersebut meliputi hak cipta, hak merek, dan hak paten. Disebabkan karena telah terjadi perikatan perjanjian antara *franchisor* dengan *franchisee* berarti timbul hubungan hukum antara keduanya sehingga dalam melakukan kewajiban dan menerima hak mereka perlu adanya perlindungan hukum yang pasti. Melalui kemitraan, akan terjadi pengalihan Hak kekayaan intelektual dari *franchisor* kepada *franchisee*.

Para pihak yang melaksanakan kewajiban-kewajiban akan terlindungi secara hukum. Perjanjian mitra dalam waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain, termasuk dalam memberikan perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual. Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian waralaba telah mengatur tentang perlindungan HaKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh *franchisee*, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba.

⁶ Umami, Y. Z., & Kustanto, A. (2020). Tinjauan Yuridis Unsur Pokok Perjanjian dan Hak Kekayaan Intelektual dalam Perjanjian Franchise. *QISTIE*, 13(2), 170-183.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahannya : “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (Q.S. Al-Baqarah ayat 188.)

Adapun tafsir dari ayat diatas menekankan bahwa larangan memakan harta orang lain dengan cara batil, ataupun tidak benar yang dapat diartikan sebagai larangan pelanggaran hak cipta dan hak kekayaan intelektual, dan menegaskan bahwa pentingnya keadilan dan integritas dalam melakukan transaksi sehingga harus mementingkan dan menghormati hak dan kewajiban yang telah disepakati.

Waralaba sebagai suatu perjanjian harus berdasarkan pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Mengingat pada praktiknya tidak sedikit pihak-pihak dalam perjanjian franchise mengalami kendala dalam menerapkan isi perjanjian, maka dari itu pada pembuatan perjanjian lisensi franchise hendaknya unsur-unsur pokok perjanjian, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang harus dituangkan secara jelas didalam klausul-klausul perjanjian franchise. Selain itu, aspek-aspek yang berhubungan dengan HaKI juga harus tertuang dalam perjanjian franchise, karena dalam pelaksanaannya melibatkan hak pemanfaatan dan penggunaan hak atas intelektual.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diartikan bahwa suatu kontrak ataupun perjanjian merupakan suatu tindakan dari kedua belah pihak yang menimbulkan hubungan hukum sehingga terjadi sebuah kesepakatan. Dalam Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menerangkan bahwasanya suatu perikatan dapat lahir karena persetujuan antara para pihak dan hubungan hukum karena undang-undang dapat timbul karena atas dasar kehendak para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak.

B. METODE

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan dengan metode normatif untuk memahami secara mendalam terhadap penipuan layanan transportasi online yang tidak sesuai dengan perjanjian. Data dikumpulkan secara normative melalui studi Pustaka dan studi dokumen dilakukan dengan menelaah literatur, peraturan perundang-undangan, laporan kasus, serta dokumen resmi yang relevan terkait penanganan kejahatan digital dan penipuan online. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis untuk memperoleh gambaran lengkap mengenai proses penegakan hukum, kendala yang dihadapi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penanganan kasus. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan secara deskriptif untuk menguraikan temuan secara mendalam dan kontekstual, sehingga dapat memberikan pemahaman utuh mengenai penipuan layanan transportasi online yang tidak sesuai dengan perjanjian. Pendekatan ini memungkinkan untuk menggali aspek-aspek normatif secara menyeluruh, guna mendukung pengembangan strategi dan rekomendasi yang relevan dalam rangka meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam transaksi elektronik.

C. PEMBAHASAN

1. Aspek Peraturan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Dalam Perjanjian Waralaba.

Waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjamin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atas pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah “pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan”.

Franchise sendiri berasal dari bahasa latin, yaitu *francorum rex* yang artinya "bebas dari ikatan", yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian *franchise* berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan diambil dari kata "*franc*" (bebas) atau "*francher*" (membebaskan), yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa, Oleh sebab itu, pengertian *franchise* diinterpretasikan sebagai pembebasan dari pembatasan tertentu, atau kemungkinan untuk

melaksanakan tindakan tertentu, yang untuk orang lain dilarang. Dalam bahasa Inggris, *franchise* diterjemahkan dalam pengertian *privilege* (hak istimewa/hak khusus). Di Amerika Serikat, *franchise* diartikan sebagai konsesi.

Di Indonesia waralaba didefinisikan sebagai hak untuk memasarkan barang-barang atau jasa perusahaan (*company's goods and service*) dalam suatu wilayah tertentu. Hak tersebut diberikan oleh perusahaan kepada seseorang atau kelompok individu, kelompok marketing, pengecer, atau grosir.⁷ “*Franchise* juga diartikan suatu sistem pemasaran atau sistem usaha untuk memasarkan produk atau jasa tertentu”.⁸

Sebelum munculnya perangkat hukum yang mengatur waralaba di Indonesia, waralaba yang berhubungan dengan hak milik intelektual telah diatur lewat Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Paten, dan Undang-Undang Merek. Saat itu, yang perlu dipersoalkan ialah bagaimana memberikan perlindungan kepada investor karena banyaknya penawaran yang menggiurkan dan *franchisor* sering kali membuat para investor bersedia mengikuti segala kemauan, prosedur, dan klausul yang diajukan.

Franchisor hampir tidak memiliki risiko langsung, sementara *franchisee* selain berhadapan dengan risiko investasi, risiko persaingan, kesalahan manajemen, dan pangsa pasar, juga harus membayar *royalty*. Belum lagi menghadapi risiko perlakuan tidak adil berupa mekanisme kontrol *franchisor* yang berlebihan, pencabutan hak waralaba oleh *franchisor*, atau memberikan hak waralaba kepada pengusaha lain sebelum munculnya perangkat hukum yang mengatur waralaba di Indonesia. Maka dari itu peneliti berpendapat bahwa perlindungan tetap bisa dilakukan melalui kontrak waralaba yang dibuat oleh pihak-pihak yang terlibat. Hal tersebut sesuai dengan KUHPerdata yang secara tegas mengakui bahwa “perjanjian yang disepakati oleh beberapa pihak, mengikat mereka sebagai hukum. Seperti dalam Peraturan Menteri Perdagangan Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba pada Pasal 6 ayat (1) mengatakan bahwa “Penyelenggaraan Waralaba harus didasarkan pada Perjanjian

⁷ Fuady, M. (1997). *Pembiayaan perusahaan masa kini: tinjauan hukum bisnis*. Citra Aditya Bakti.

⁸ Hasyim, F. (2011). *Hukum Dagang*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Sinar Grafika.

Waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia”.

Sebagaimana diketahui, bahwa hukum perjanjian yang terdapat dalam KUHPerdara menganut asas konsensualisme, artinya suatu perjanjian harus dianggap lahir pada waktu tercapainya kesepakatan di antara kedua belah pihak. Orang yang hendak membuat perjanjian harus menyatakan kehendaknya dan kesediaannya untuk mengikat dirinya bahwa pernyataan kedua belah pihak bertemu dalam sepakat. Hal tersebut tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Dengan demikian perjanjian mulai mengikat para pihak dan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, terhitung sejak tercapainya kesepakatan para pihak.

Di samping bentuk perjanjian konsensual seperti tersebut di atas ada pula bentuk perjanjian lainnya yaitu perjanjian formal dan perjanjian riil. Untuk kedua perjanjian itu tidak cukup hanya dengan kata sepakat tapi diperlukan suatu formalitas atau suatu perbuatan yang nyata.

Suatu perjanjian disebut formal akan menjadi sah apabila harus dilaksanakan dengan suatu tindakan tertentu, apabila tidak dilakukan maka perjanjian tersebut tidak sah. Untuk perjanjian perdamaian yang harus dilaksanakan secara tertulis, kalau tidak maka ia tidak sah. Demikian pula terhadap perjanjian riil, perjanjian itu menjadi atau mulai sah apabila telah dilaksanakan suatu penyerahan.

Ada perbedaan mendasar antara lisensi dan waralaba terkait penggunaan HaKI-nya oleh perusahaan lain jika lisensi hanya fokus pada salah satu bidang HaKI-nya seperti merek dagang dan paten. Waralaba di sisi lain, berkaitan dengan penggunaan merek dagang atau nama merek dan mengacu pada semua aspek baik paten maupun rahasia dagang yang terkandung di dalamnya, persetujuan pada persetujuan pemilik waralaba. Sebagai kejelasan lisensi adalah suatu bentuk dari perijinan yang berkesinambungan dengan hak kekayaan intelektual (HaKI). Terbagi atas hak merek dan hak paten dan hal lain sebagainya yang terkandung dalam perjanjian waralaba dan HaKI, lisensi hanya diberikan kepada penerima waralaba oleh perusahaan yang memiliki kedudukan atas

HaKI tersebut baik berupa merek, hak paten, rahasia dagang, merek dagang, dan perindustrian. Dengan ini penerima waralaba mempunyai hak khusus untuk memakai HaKI dari perusahaan yang memiliki HaKI tersebut dengan adanya perjanjian waralaba.⁹

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa waralaba adalah sistem usaha yang bersifat usaha untuk menjual barang atau jasa yang telah digunakan dan dibuktikan keberhasilannya oleh pihak lain. Ini diartikan sebagai hak khusus individu atau perusahaan. Digunakan berdasarkan perjanjian waralaba. Dan dengan regulasi ini maka dalam setiap perjanjian waralaba penerima waralaba mendapatkan hak khusus untuk menggunakan dan atau menjalankan sistem dari pemberi waralaba yang telah diatur dalam uraian pasal diatas.

Pembentukan perjanjian yang isinya memuat tentang HaKI dalam usaha waralaba tersebut terdapat di dalam Pasal 4 sampai Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Di dalam Pasal 4 (1) dijelaskan bahwa: Waralaba dengan perjanjian tertulis penyalur waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) melihat hukum di Indonesia. Perjanjian waralaba di Indonesia juga diwajibkan untuk menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan apa yang telah tertulis di Pasal 4 ayat (2) dijelaskan bahwa: perjanjian yang dimaksud (1) ditulis menggunakan bahasa asing, perjanjian tersebut wajib diterjemahkan bahasa Indonesia. Oleh karena itu pemakaian Bahasa Indonesia di perjanjian waralaba ialah hal penting dan harus diperhatikan sebagai pelindung waralaba di dalam negeri.

Perjanjian waralaba wajib berisi beberapa ketentuan yang harus ada di dalamnya. Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang menyatakan:

- a. Nama dan alamat;
- b. Jenis HaKI;

⁹ Tampi, J. M. (2020). Perlindungan HAKI pada perjanjian lisensi bagi dunia bisnis di Indonesia. *Lex Privatum*, 8(4).

- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa; dan
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Oleh karena itu penerapan HaKI di perjanjian waralaba itu penting, karena Hak Kekayaan Intelektual masuk ke dalam salah satu klausula perjanjian waralaba, dan apabila tidak terdapatnya Hak Kekayaan Intelektual di dalam perjanjian tersebut maka suatu perjanjian waralaba dinyatakan tidak sah atau tidak dapat dinamakan sebagai perjanjian waralaba itu sendiri

Hak Kekayaan Intelektual atau dengan kata lain *Intellectual Property Rights* ialah hak yang ditimbulkan akibat adanya kreasi yang muncul dari pikiran manusia. Secara umum rezim hukum kekayaan intelektual dibedakan menjadi dua, yakni rezim hak industri (*industrial property*) serta rezim hak cipta (*copyright*). Untuk golongan hak industri, biasanya hak tersebut akan berkaitan langsung dengan kegiatan industri atau perdagangan.¹⁰ Pada hak industri, terdapat beberapa golongan kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya yaitu paten, indikasi geografis, merek, perlindungan terhadap bermacam jenis tanaman, mendesain penataan lokasi sirkuit terpadu, serta kerahasiaan dagangan. Perjanjian *franchise* bisa mengatur mengenai perlindungan

¹⁰ Mashdurohatun, A. (2013). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Sejarah di Indonesia. *Hak Kekayaan Intelektual*, 3(2).

HaKI spesifik yaitu melalui perjanjian dengan batas tertentu yang diikuti oleh *franchisee* langsung atau tidak langsung berguna sebagai pemberian perlindungan kepada hak kekayaan intelektual dari *franchisor*.

1) Hak Merek

Hak Merek ialah hak khusus dari negara kepada pemilik merek yang terdaftar di daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak merek juga di pakai di jual beli baik makanan, barang, maupun jasa di dalam suatu perjanjian waralaba. Dikarenakan berdasarkan Pasal 1 (1) Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001, merek dianggap ada ketika merek tersebut sudah didaftarkan di daftar merek. Seseorang yang menekuni waralaba ataupun kegiatan bisnis lain yang awal di daftarkan mereknya boleh memakai secara bebas terhadap merek tersebut, serta pihak lain harus izin ketika ingin menggunakan merek tersebut.

Hak merek juga memiliki beberapa persyaratan agar dapat dimiliki di dalam perjanjian waralaba yaitu berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Merek No.15 Tahun 2001 seperti, bertentangan menggunakan peraturan perundang-undangan yang ada, moralitas kepercayaan, kesusilaan, atau ketertiban semua orang, tidak mempunyai pembeda, sudah menjadi, milik orang lain, serta juga termasuk informasi atau berhubungan dengan barang atau jasa yang di minta pendaftarannya. Jadi, jika ingin memiliki hak merek dan juga dapat menggunakannya di dalam perjanjian waralaba, pihak yang membuat bisnis tersebut atau dapat dikatakan sebagai pemberi waralaba harus memenuhi unsur-unsur tersebut sehingga dapat memperoleh perlindungan dalam hukum tersendiri.

Penggunaan merek bisa diterapkan pemilik waralaba itu sendiri, bahkan oleh pihak penerima waralaba menggunakan izin pemilik merek. Izin dapat melalui lisensi atau waralaba. Sehingga penerima waralaba dapat menggunakan hak untuk memakai secara bersama HaKI dari perjanjian waralaba tersebut.

Adapun mengenai akibat dari suatu perjanjian adalah sesuai dengan apa yang para pihak perjanjikan. Bila perjanjian untuk memberikan sesuatu atau menyerahkan sesuatu, para pihak harus melaksanakannya, sedangkan bila perjanjian untuk berbuat sesuatu, maka para pihak baru berbuat sesuai dengan yang diperjanjikan.

Ketetapan-ketetapan yang memikul adanya suatu kejelasan hukum pada struktur usaha *franchise* ialah:

- 1) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Di dalam undang-undang ini terdapat ketentuan mengenai pengecualian. pengkhususan yang tercatat pada ketetapan-ketetapan berikut tentunya belum membagikan definisi yang spesifik perihal dikecualikannya perjanjian *franchisee*.

- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Pihak *franchisor* diharuskan menerangkan selebaran usaha waralabanya terhadap pihak *franchisee*, keabsahan bisnis pihak *franchisor*, riwayat aktivitas bisnisnya, susunan formasi *franchisor*, informasi finansial dua tahun belakang, banyaknya lokasi bisnis, susunan *franchise*, maupun kewenangan serta tanggung jawab dari pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*.¹¹

- 3) Perjanjian Sebagai Dasar Hukum

Pasal 1338 ayat (1) KUHPdata menegaskan mengenai berlakunya asas kebebasan berkontrak yaitu bahwa para pihak bebas melakukan kontrak apapun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum positif, kepatutan dan ketertiban umum. Sehubungan dengan bentuk perjanjian waralaba, Pasal 4 ayat (1) PP tentang waralaba, menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Berdasarkan ketentuan pasal 4 ayat (1) PP tentang waralaba ini jelas dimengerti bahwa apabila pemberi dan penerima waralaba telah sepihak maka perjanjian waralaba harus

¹¹ Asyhadie, Z. (2012). *Hukum Prinsip dan Pelaksanaan di Indonesia*. Rajawali Pers, Jakarta

dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis, Salim H.S menyebutkan ada tiga bentuk perjanjian tertulis yaitu:

- a. Perjanjian di bawah tangan di tanda tangani oleh pihak yang bersangkutan saja.
- b. Perjanjian dengan saksi notaris untuk melegalisir tanda tangan para pihak.
- c. Perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris dalam bentuk akta notaris.¹²

Ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan memastikan bahwasannya perjanjian yang absah ialah perjanjian yang berkapasitas menjadi ketetapan-ketetapan. Seluruh kesepakatan yang dilakukan sebagai yang absah berlangsung menjadi ketetapan-ketetapan oleh para pihak yang mengerjakannya. Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali, selain kesempatan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Pada tiap jenis kesepakatan usaha *franchise* memiliki beberapa elemen-elemen adalah sebagai berikut :

1. Adanya minimal dua pihak, yaitu pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*.
2. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari *franchisor*
3. Adanya kerjasama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara pihak *franchisor* dengan *franchisee*.
4. Dimilikinya unit usaha tertentu (outlet) oleh pihak *franchisee* yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak *franchisor*.
5. Terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee*.

Kesepakatan *franchise* ini tentunya mesti dibuatkan secara tertulis dalam bahasa Indonesia, perihal tersebut beralaskan dengan ketentuan dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

¹² H.S, S. (2011). Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak. Sinar Grafika, Jakarta.

Kesepakatan *franchise* atas latar belakangnya tidak harus dikerjakan pada format akta notaris, akan tetapi pihak *franchisee* dan pihak *franchisor* bisa melakukannya sendiri membuat suatu akta dibawah tangan beralaskan ketetapan-ketetapan yang telah diatur dalam KUHPdata. Ketentuan absahnya suatu kesepakatan usaha *franchise* sama dengan dalam kesepakatan-kesepakatan lainnya, dimana harus patuh pada ketentuan yang diatur pada Pasal 1320 KUHPdata, yaitu antara lain:

1. Kesepakatan

Definisi sepakat dilukiskan menjadi suatu perjanjian kemauan maupun kepentingan yang telah dimufakatkan oleh para pihak.

2. Kecakapan

Yang dimaksud kecakapan disini yaitu para pihak yang membuat perjanjian harus mampu untuk melakukan suatu perbuatan hukum.

3. Suatu Hal Tertentu

Arti suatu hal tertentu disini adalah bahwa perjanjian dicantumkan apa yang menjadi objek dari perjanjian tersebut.

4. Suatu Sebab Yang Halal

Suatu sebab yang halal memiliki pengertian bahwa perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan undang- undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Substansi dari kesepakatan *franchise* dimohonkan bisa mengamankan pada para pihak, baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. Oleh sebab itu, perlu bagi pihak pemberi waralaba sebelum melaksanakan ulasan pada substansi kesepakatan waralaba sebelum melaksanakan penandatanganan. Bilamana pada kesepakatan-kesepakatan genting yang nantinya sensitif memicu persoalan, salah satu contohnya seperti klausula kerahasiaan. Harus diberikan interferensi dan batas yang tepat untuk klausul tersebut.¹³

¹³ Sutedi, A. (2011). Hukum Perizinan dalam Sektor Pelayan Publik. Sinar Grafika, Jakarta.

2. Perlindungan Hukum Hak bagi Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dan Penerima Waralaba (*Franchisee*) dalam Perjanjian Waralaba.

Ada beberapa unsur penting yang terdapat dalam waralaba berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, yaitu:

- 1) Waralaba adalah hak khusus yang merupakan suatu Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh seseorang dan atau badan hukum tertentu;
- 2) Waralaba diselenggarakan atas dasar perjanjian.
- 3) *Franchise* pada dasarnya mengandung elemen-elemen pokok sebagai berikut:
- 4) *Franchisor* yaitu pihak pemilik/produsen dari barang atau jasa yang telah memiliki merek tertentu serta memberikan atau melisensikan hak eksklusif tertentu untuk pemasaran dari barang atau jasa itu.
- 5) *Franchisee* yaitu pihak yang menerima hak eksklusif itu dari *franchisor*.
- 6) Adanya penyerahan hak-hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual/hak milik perindustrian) dari *franchisor* kepada *franchisee*.
- 7) Adanya penetapan wilayah tertentu (*franchise area*) di mana *franchisee* diberikan hak untuk beroperasi di wilayah tertentu. Contoh: hanya diperbolehkan untuk beroperasi di Pulau Jawa.
- 8) Adanya imbal-prestasi dari *franchisee* kepada *franchisor* yang berupa *Initial Fee* dan *Royalties* serta biaya-biaya lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.
- 9) Adanya standar mutu yang ditetapkan oleh *franchisor* bagi *franchisee*, serta supervisi secara berkala dalam rangka mempertahankan mutu.
- 10) Adanya pelatihan awal, yaitu pelatihan yang berkesinambungan yang diselenggarakan oleh *franchisor* guna peningkatan keterampilan.

Dari sudut pandang ekonomi, *franchise* adalah hak yang diberikan secara khusus kepada seseorang atau kelompok, untuk memproduksi atau merakit, menjual,

memasarkan suatu produk atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang hukum *franchise* adalah perjanjian legal antara dua pihak dalam bekerjasama memproduksi, merakit, menjual, memasarkan suatu produk jasa. Kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (LPPM) sebagai padanan kata *franchise*. Amir Karamoy menyatakan bahwa waralaba bukan terjemahan langsung konsep *franchise*. Dalam konteks bisnis, *franchise* berarti kebebasan untuk menjalankan usaha secara mandiri di wilayah tertentu. Waralaba berasal dari kata "wara" yang berarti lebih atau istimewa dan "laba" berarti untung. Jadi, waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa. Lebih lanjut Amir Karamoy menyatakan bahwa secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk/jasa dari pemilik (pewaralaba) kepada pihak lain (terwaralaba), yang diatur dalam suatu aturan permainan tertentu.¹⁴

Sedangkan dari sudut pandang hukum, waralaba adalah perjanjian legal antara dua pihak dalam bekerjasama memproduksi, merakit, menjual, memasarkan suatu produk jasa. Dari segi hukum Waralaba melibatkan bidang-bidang hukum perjanjian, khususnya perjanjian tentang pemberian lisensi, hukum tentang nama perniagaan, merek, paten, model dan desain. Bidang-bidang hukum tersebut dapat dikelompokkan dalam bidang hukum perjanjian dan bidang hukum tentang hak milik intelektual (*intellectual property right*).¹⁵

Terdapatnya unsur hak-hak atas kekayaan intelektual sebagai bagian terpenting dari waralaba dapat dilihat dari ketentuan Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang menekankan waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangkaian memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti

¹⁴ Karamoy, A. (1996). Sukses Usaha Lewat Waralaba. *Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika*, 3.

¹⁵ Juajir Sumardi. (1995). Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional, Bandung : Citra Aditya Bhakti, hlm 21-22

berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹⁶

Sedangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/MDag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ditegaskan bahwa "Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di mana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas 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 kepada penerima waralaba. Berdasarkan ketentuan peraturan tersebut di atas dapat di pahami bahwa di Indonesia hak kekayaan intelektual merupakan unsur inti dari waralaba, suatu bisnis tidak akan mungkin diwaralabakan apabila tidak mengandung unsur hak kekayaan intelektual.¹⁷

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* (pemberi waralaba) bagi para *franchisee* (penerima waralaba). Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap perjanjian waralaba, maka dapat dikemukakan pokok-pokok isi dari perjanjian waralaba tersebut, yaitu:¹⁸

- a. Pemberian Hak *Franchise*. *Franchisor* dengan ini memberi hak eksklusif kepada *franchisee*, dan *franchisee* menerima pemberian hak tersebut, untuk dapat rnenggunakan nama dan sistem pengelolaan milik *franchisor* dalam suatu lokasi, selama jangka waktu yang disepakati.

¹⁶ Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

¹⁷ Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha.

¹⁸ Hanim, L. (2011). *Perlindungan hukum haki dalam perjanjian waralaba di indonesia*. Sultan Agung Islamic University.

- b. Lokasi, Counter, dan Masa Percobaan. Lokasi *franchise* ditentukan oleh *franchisee* dengan sepengetahuan dari persetujuan *franchisor*, setelah mempertimbangkan kondisi dan potensi ekonomi di sekitar lokasi *franchise* tersebut.
- c. Jangka Waktu *Franchise*. Jangka waktu pemberian hak *franchise* adalah 2 (dua) tahun (jangka waktu) dan berlaku efektif sejak tanggal pembukaan counter yang pertama kali. Jangka waktu *franchise* dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan tertulis diantara para pihak.
- d. Biaya *Franchise*. Cara pembayaran selama jangka waktu, *franchisee* setuju untuk membayar biaya atas pemberian hak *franchise* (biaya *franchise*) diantara meliputi :
 - a) Joint Fee ;
 - b) Counter Fee ;
 - c) Advertising & Training Fee.
- e. Royalty Franchise

Franchisee setuju dan berkewajiban untuk membayar *royalty* kepada *franchisor* setiap bulannya.

- f. Pemeliharaan Citra. Sebagai pengganti istilah *confidential information* kadang-kadang juga digunakan istilah rahasia dagang (*trade secrets*), Unsur rahasia dagang memegang peranan yang sangat penting terutama dalam waralaba yang termasuk *chain-style business*, contohnya resep pembuatan Kentucky Fried Chicken atau Pizza Hut. Namun, tidak tertutup kemungkinan pihak *franchisor* masih tetap menahan sebagian dari rahasia dagang dengan tujuan agar *franchisee* tetap bergantung kepada *franchisor*, misalnya dalam bentuk ramuan siap pakai. Dalam kasus tersebut, pihak *franchisee* harus tetap menggunakan ramuan dalam bentuk siap pakai dari *franchisor*, tanpa mengetahui cara meraciknya. Semuanya bergantung pada isi perjanjian waralaba.¹⁹

¹⁹ Adrian Sutedi, 2008, Hukum Waralaba, Ghalia Indonesia, Bogor.

Dalam konteks pemberian hak penggunaan rahasia dagang, maka rahasia dagang tersebut haruslah sesuatu yang unik dan berbeda dari bentuk-bentuk format, formula, ciri khas, metode, tata cara, prosedur, atau sistem yang bersifat khas lainnya serta memiliki nilai jual secara komersial. Sesuatu yang tidak memiliki keunikan tertentu yang dapat dibedakan dari barang/jasa sejenisnya atau hanya terdiri dari serangkaian proses informasi yang telah tersedia untuk umum dan dapat diselenggarakan dan dilaksanakan oleh setiap orang tanpa perlu bantuan atau bimbingan khusus jelas bukanlah rahasia dagang. *Confidential information* dan *know how* yang diberikan oleh pihak *franchisor* kepada *franchisee* tidak termasuk hal-hal yang bisa diminta perlindungannya berdasarkan hak paten.

D. KESIMPULAN

Aspek pengaturan hukum HaKI dalam perjanjian waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang mengatur bahwa perjanjian waralaba harus mencakup ketentuan mengenai HaKI, termasuk hak merek. Dalam perjanjian ini tidak hanya memberikan kepastian hukum bagi *franchisor*, tetapi juga melindungi investasi dan hak-hak *franchisee*. Dengan adanya pengaturan yang jelas dalam perjanjian waralaba akan memberikan dasar yang kuat bagi perlindungan dan penggunaan yang sah atas HaKI, mendukung kelangsungan bisnis dengan stabil, dan diharapkan hubungan bisnis antara kedua pihak dapat berjalan dengan adil dan berkelanjutan. Serta Perlindungan hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dalam waralaba. Bagi *franchisor*, HaKI berfungsi sebagai perlindungan hukum untuk menjaga ciri khas produk dan sistem bisnis dari penyalahgunaan atau modifikasi oleh pihak penerima waralaba (*franchisee*) dan memastikan integritas model bisnis tetap terjaga sesuai perjanjian. Sedangkan bagi *franchisee* melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta prinsip-prinsip dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perlindungan ini mencakup hak untuk menggunakan merek dagang dan sistem bisnis, penyelesaian perselisihan dapat dilakukan dengan cara litigasi melalui lembaga peradilan, serta

memberikan hak kepada *franchisee* untuk meminta ganti rugi jika terjadi pemutusan sepihak oleh *franchisor*. Adapun Saran Pada perjanjian waralaba seharusnya diterapkan berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara yang mengharuskan kesepakatan secara sukarela tanpa adanya keterpaksaan, namun menurut peneliti perjanjian antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* terkesan memberatkan pihak *franchisee* dimana kendali penuh dipegang oleh pihak *franchisor*. Lebih lanjut juga seharusnya hukum positif Indonesia memiliki peraturan perundang-undangan untuk penerapannya dalam hal perjanjian waralaba, tujuannya adalah untuk mencegah maupun melindungi pebisnis skala kecil dan menengah dari resiko kerugian. Hendaknya para pihak dalam perjanjian waralaba baik pihak pemberi waralaba (*franchisor*) maupun pihak penerima waralaba (*franchisee*) sebelum menandatangani kontrak baku perjanjian waralaba harus teliti terlebih dahulu dalam menganalisa isi perjanjian yang akan disepakati bersama. Disamping itu hendaknya pihak *franchisor* dengan *franchisee* menjalankan fungsi, peran, serta hak dan kewajiban masing-masing sebagai dasar hukum menjalankan bisnis waralaba tersebut agar tidak saling merugikan.

E. REFERENSI

- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (1997). *Hak Milik Intelektual (Sejarah, teori dan Prakteknya)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Widjaja, G. (2001). *Seri Hukum Bisnis Lisensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gemala Dewi, S. H. (2018). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Prenada Media.
- Adrian Sutedi. (2008). "*Hukum Waralaba*", Bogor: Ghalia Indonesia
- Hanim, L. (2011). *Perlindungan hukum haki dalam perjanjian waralaba di indonesia*. Sultan Agung Islamic University.
- Umami, Y. Z., & Kustanto, A. (2020). Tinjauan Yuridis Unsur Pokok Perjanjian dan Hak Kekayaan Intelektual dalam Perjanjian Franchise. *QISTIE*, 13(2), 170-183.

- Fuady, M. (1997). *Pembiayaan perusahaan masa kini: tinjauan hukum bisnis*. Citra Aditya Bakti.
- Hasyim, F. (2011). *Hukum Dagang*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tampi, J. M. (2020). Perlindungan HAKI pada perjanjian lisensi bagi dunia bisnis di Indonesia. *Lex Privatum*, 8(4).
- Mashdurohatun, A. (2013). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Sejarah di Indonesia. *Hak Kekayaan Intelektual*, 3(2).
- Asyhadie, Z. (2012). *Hukum Prinsip dan Pelaksanaan di Indonesia*. Rajawali Pers, Jakarta
- Salim H.S, (2011). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Sutedi, A. (2011). *Hukum Perizinan dalam Sektor Pelayanan Publik*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Karamoy, A. (1996). Sukses Usaha Lewat Waralaba. *Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika*, 3.
- Juajir Sumardi. (1995). *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional*, Bandung : Citra Aditya Bhakti, hlm 21-22
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha.
- Hanim, L. (2011). *Perlindungan hukum haki dalam perjanjian waralaba di indonesia*. Sultan Agung Islamic University.
- Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor.