



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 6048-6059

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Kedudukan Hak Dalam Perjanjian Bisnis Waralaba (Franchise)

Wahyu Indira Purnawi Putra^{1✉}, Urbanisasi²

Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara

Email: wahyuindira26@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Bisnis waralaba di Indonesia semakin berkembangnya jaman semakin banyak juga peminatnya, baik bisnis waralaba produk nasional maupun produk internasional, tetapi di Indonesia lebih banyak para pebisnis yang meminati waralaba terhadap produk lokal karena dianggap mudah dan juga biayanya relatif murah. Sehingga dengan banyaknya orang yang memiliki minat untuk membangun dan juga menerapkan bisnis waralaba membuat pentingnya kedudukan HaKI di dalam perjanjian bisnis waralaba. Dikarenakan ketika seseorang ingin melakukan suatu kegiatan bisnis waralaba perlu diketahui informasi tentang HaKI, baik bagi para penyedia waralaba dan juga peminat waralaba. Di dalam membuat suatu bisnis waralaba perlu adanya suatu perjanjian yang di mana kedua belah pihak wajib menyetujui dan juga menyepakati isi perjanjian tersebut, yang berpedoman kepada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta isi perjanjian tadi juga harus memuat HaKI yang ada pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 perihal Waralaba. HaKI pula dilindungi pada perundang-undangan seperti Hak Merek, Hak Paten, dan juga Hak Cipta. Kedudukan HaKI di dalam perjanjian bisnis waralaba terbagi menjadi 2 yaitu HaKI bagi pemberi waralaba (Franchisor) yaitu sebagai perlindungan hukum bagi pihak pemberi waralaba atau yang memiliki hak atas merek dagang tersebut, agar ciri khas dari produk tersebut tidak disalahgunakan oleh pihak penerima waralaba, dan juga HaKI bagi para penerima waralaba (Franchisee) yaitu memiliki hak untuk menggunakan dan juga memanfaatkan secara ber-barengan 2 jenis Hak Kekayaan Intelektual eksklusif, yaitu merek (merek dagang, jasa, serta tanda asal) serta rahasia dagang.

Kata Kunci: *Waralaba, Hukum Perjanjian, Hak Kekayaan Intelektual*

Abstract

Franchise business in Indonesia is growing, there are more and more enthusiasts, both national and international product franchise businesses, but in Indonesia more business people are interested in franchising local products because they are considered easy and also the costs are relatively cheap. So that with so many people who have an interest in building and also implementing a business franchise, the importance of the position of Intellectual Property Rights in a franchise business agreement is important. This is because when someone wants to carry out a franchise business activity, they need to know information about Intellectual Property Rights, both for franchise providers and for franchisees. In creating a franchise business, it is necessary to have an agreement in which both parties must agree and also agree on the contents of the agreement, which is guided by Article 1320 of the Civil Code, and the contents of the agreement must also contain Intellectual Property Rights contained in Government Regulations. Number 42 of 2007 concerning Franchise. Intellectual property rights are also protected by laws such as trademark rights, patents, and copyrights. The position of Intellectual Property Rights in the franchise business agreement is divided into 2, namely Intellectual Property Rights for the franchisor, namely as legal protection for the franchisor or those who have the rights to the trademark, so that the characteristics of the product are not misused by the franchisee, and also IPR for franchisees (Franchisees), namely having the right to use and simultaneously utilize 2 types of exclusive Intellectual Property Rights, namely brands (trademarks, services, and marks of origin) and trade secrets.

Keyword: *Franchise, Contract Law, Intellectual Property Rights*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya jaman banyak sekali seseorang yang ingin memulai dan juga memiliki sebuah bisnis sebagai salah satu penunjang di dalam kehidupan mereka masing-masing, tetapi pada jaman terkini, beraneka ragam manusia yang tidak ingin memulai dari awal bisnis mereka dari awal karena dianggap merepotkan dan juga menyulitkan, mereka lebih memilih bisnis yang di mana mudah untuk dilakukan dan juga bisa mendapatkan keuntungan dengan cepat, oleh karena itu semakin berkembangnya jaman muncul sebuah pilihan bisnis yang dinamakan waralaba. Waralaba konsepnya ialah sebuah usaha penjualan salah satu merek pada kegiatan memperlebar suatu kegiatan bisnis yang cepat (Satia et al., 2023). Waralaba di jaman modern ini menjadi pusat perhatian bagi seseorang yang ingin mendirikan bisnis karena dikatakan sebagai bentuk baru terobosan suatu bisnis usaha, salah satunya dalam bidang makanan. Waralaba dapat dikatakan juga sebagai salah satu alternatif bisnis bagi seseorang yang ingin memiliki bisnis secara cepat dan juga pasti, waralaba dikatakan pasti karena memiliki banyak kelebihan daripada bisnis yang dikembangkan sendiri, baik dari segi sumber pendanaan, pemberian sumber daya manusia dan juga bagaimana memperoleh usaha tadi baik serta benar. Banyak sekali orang yang sudah mulai

menggunakan bisnis waralaba dan juga dianggap mendapatkan keuntungan yang sangat besar bagi mereka yang beruntung, arti keuntungan bukan hanya dari segi penghasilan saja tetapi juga dianggap memiliki keuntungan karena tidak harus memulai bisnis tersebut dari nol.

Di Indonesia waralaba bukan merupakan suatu bisnis baru, tetapi sudah ada sejak tahun seribu sembilan ratus sembilan puluh tujuh (1997) menggunakan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang sekarang sudah ditarik lalu mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, sehingga bagi khalayak umum yang ingin mengetahui lebih jauh lagi terkait bisnis waralaba dan juga ingin mendirikan ataupun bekerja sama di dalam bisnis waralaba tersebut dapat membaca Peraturan Pemerintah tersebut sebagai pedoman untuk mendirikan suatu bisnis usaha waralaba. Di Indonesia waralaba terbagi menjadi 2 yaitu waralaba dalam negeri dan juga waralaba luar negeri. Waralaba dalam negeri adalah sebuah bisnis yang merek dagangnya diciptakan, dimiliki dan juga dikembangkan oleh seorang pengusaha lokal dari negara Indonesia, sedangkan waralaba luar negeri adalah sebuah bisnis yang merek dagangnya diciptakan, dimiliki, dan juga dikembangkan oleh seorang pengusaha yang berasal dari luar negara Indonesia. Salah satu contoh waralaba dalam bidang makanan yang dimiliki oleh pengusaha lokal adalah Ayam Gepuk Pak Gembus, sedangkan contoh waralaba dalam bidang makanan yang dimiliki oleh pengusaha yang berasal dari luar negara Indonesia, yaitu mirip Kentucky Fried Chicken (KFC), dan juga Mc'Donald (MCD). Di dalam negeri perkembangan waralaba lokal lebih signifikan dibandingkan dengan perkembangan waralaba asing, dikarenakan di bagian waralaba lokal memberikan banyak sekali kemudahan dalam persyaratan dan juga penyelenggaraan pembelian waralaba mereka, selain dari kemudahan tersebut, waralaba lokal pula mempunyai harga yang sangat murah di sandingkan dengan waralaba asing, ditambah juga masyarakat Indonesia dan/atau konsumen lebih memiliki minat untuk memilih makanan lokal dibandingkan dengan makanan asing karena memiliki harga yang terjangkau dan lebih cocok di lidah masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah tersebut dijelaskan bahwa pada suatu usaha waralaba ada 2 pihak di dalamnya, pemberi waralaba dan juga penyedia waralaba. Penyalur Waralaba ialah seseorang atau suatu perusahaan yang menyampaikan hak untuk memanfaatkan serta/atau memakai Waralaba yang dipunyai-nya kepada Peminat Waralaba, sedangkan. Penyalur Waralaba adalah seseorang atau perusahaan yang dikasih hak Penyalur Waralaba untuk memakai Waralaba yang di punyai Penyalur Waralaba. Waralaba merupakan bentuk perjanjian atau perikatan antara kedua belah pihak baik itu (Tanjung &

Imaniyati, 2022). Penyalur Waralaba serta Peminat Waralaba, di dalam perjanjiannya Peminat Waralaba diberi suatu kesempatan dengan persetujuan untuk menjalankan suatu bisnis usaha dengan menggunakan serta/atau menggunakan hak kekayaan intelektual, dapat dikatakan sebagai pencipta suatu merek dan juga ciri khas dari bisnis yang dipunyai oleh Penyalur Waralaba tersebut dengan bentuk pemberian yang sudah diterapkan di dalam syarat-syarat perjanjian yang telah diterapkan Penyalur Waralaba harus dipenuhinya seluruh keharusan dengan cara mengasahi biaya pemberitahuan bagaimana proses bisnis waralaba terjadi, berkaitan dengan Penyalur Waralaba kepada Peminat Waralaba.

Bentuk waralaba akan diterima oleh penerima waralaba adalah dapat memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual suatu waralaba, contoh merek dagang, ciri khas waralaba tersebut, formula, metode, prosedur, dan juga sistem yang akan digunakan untuk di hasilkan dan juga setelah itu di perjualbelikan dengan memakai suatu merek dagang, karena waralaba terkait kedudukannya di dalam HaKI ialah pemberian asli atau guna untuk memakai antara kedua orang yang bekerja sama 2 macam HaKI, yaitu berupa Merek serta Rahasia Dagang. Oleh karena itu HaKI sangat penting dalam perjanjian bisnis waralaba, karena sebelum seseorang ingin membangun sebuah waralaba dari pihak asal maka diperlukan suatu perjanjian yang di mana isi perjanjian tersebut terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi dan juga berisi tentang Hak Kekayaan Intelektual yang harus boleh digunakan oleh pihak yang bekerja sama, dikarenakan tanpa adanya Hak Kekayaan Intelektual di dalamnya maka hal tersebut tidak dapat dinamakan sebagai bisnis waralaba.

METODE PENELITIAN

Penulisan dan penelitian ini ditujukan secara khusus kepada kedudukan HaKI di dalam usaha perjanjian waralaba. Jenis metode penelitian pada penelitian ini ialah penelitian hukum normatif. Penelitian Hukum Normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder (Soekanto, 2007). Penggunaan normatif ditujukan untuk memberitahu bahwa setiap penelitian didasarkan kepada apa yang tertulis seperti baik pustaka, undang-undang, dan pemikiran milik orang lain, dan lain sebagainya. Sehingga di dalam metode penelitian ini keaslian atau keabsahan suatu penelitian ini dapat memiliki bukti yang di mana dalam melakukan sebuah penelitian tidak sembarang menggunakan kalimat yang tidak relevan, sehingga dapat memberikan ketenangan dan juga manfaat bagi siapa saja yang ingin membaca ataupun mempelajari hasil penulisan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Studi pustaka

merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan (Stefanus, 2013).

Bahan hukum untuk penelitian adalah bahan hukum primer. Dalam hal ini bahan hukum primer terdiri peraturan perundang-undangan, catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan hakim (Sunggono, 2003). Bahan yang dipakai antara lain, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang sekarang telah dicabut, mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Bahan hukum sekunder terdapat di penulisan diatas, dikarenakan bahan hukum sekunder dapat membantu dan juga menganalisis suatu bahan hukum primer. Adapun macam dari bahan hukum sekunder adalah berupa buku teks, kamus hukum, jurnal hukum dan komentar atas putusan pengadilan (Sunggono, 2003). Pengoreksian data yang dipakai di penulisan diatas deskriptif kualitatif, adalah teknik penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi dan bertujuan untuk menjelaskan lebih rinci permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Waralaba pandangan HaKI secara mudahnya, pemberian keaslian dari sebuah merek atau branding yang dapat memiliki kesempatan yang disetujui untuk memakai di antara kedua pihak yang telah sepakat untuk bekerja sama dalam bisnis waralaba yang di dalamnya terdapat hak untuk menggunakan 2 macam HaKI, contoh merek dagang, juga rahasia dagang di dalam bisnis waralaba tersebut. HaKI terdapat di suatu perjanjian bisnis waralaba yang telah disepakati bersama, selain pentingnya Hak Kekayaan Intelektual, perjanjian juga termasuk ke dalam hal yang penting di dalam penerapan bisnis waralaba, dikarenakan tanpa adanya suatu perjanjian tertulis maka dapat memungkinkan terdapat pihak yang akan melakukan wanprestasi demi mendapatkan keuntungan individu tanpa mementingkan kerugian yang dialami orang lain, dan juga tanpa terdapatnya perjanjian yang mengikat, maka kedudukan HaKI di usaha waralaba tidak dapat diterapkan karena Hak Kekayaan Intelektual suatu bisnis waralaba terdapat di dalam perjanjian itu.

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata "Suatu perjanjian, bentuk perbuatan ketika satu orang atau lebih melekatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Terdapat

juga penjelasan perjanjian dari suatu tokoh. Subekti “perjanjian, hubungan hukum dua orang atau lebih, pihak yang satu berhak menuntut pihak lain, dan pihak yang lain wajib melaksanakan tuntutan tersebut” (Arifin, 2020). Dalam perjanjian bisnis waralaba terdapat juga syarat sah perjanjian. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, ada 4 syarat sah perjanjian, yakni: Satu, ada kata sepakat; Dua, Cakap Hukum; Ketiga, Hal tertentu; dan Empat, sebab (causa) yang halal (Subekti, 2002). Syarat diatas berisi subjek, objek di dalam perjanjian suatu bisnis waralaba, harus dipenuhi pihak tersebut. Di mana subjek perjanjian bisnis waralaba tersebut adalah franchisor dan franchise, sedangkan objek perjanjian-nya adalah berupa izin dan/atau lisensi atau dapat dikatakan sebagai perizinan hak memakai HaKI terhadap suatu bisnis waralaba tersebut.

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 peminat 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 bisnis waralaba ialah hal penting dan harus diperhatikan sebagai pelindung bisnis waralaba di dalam negeri.

Perjanjian waralaba wajib berisi beberapa ketentuan yang harus ada di dalamnya, yaitu nama dan alamat, jenis HaKI, kegiatan usaha, hak dan kewajiban, serta banyak lagi hal yang wajib terdapat di isi perjanjian waralaba. Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang menyatakan

Perjanjian Waralaba harus memuat paling sedikit:

- a. Nama dan alamat;
- b. Jenis HaKI;
- 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 (Sutedi, 2008).

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

2. HaKI itu penting, serta wajib terdapat di dalam perjanjian bisnis waralaba, dan juga HaKI dilindungi oleh peraturan. Beberapa HaKI yang dilindungi di dalam perjanjian bisnis waralaba adalah sebagai berikut:

- a. 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 (Hidayah, 2017). Hak merek juga di pakai di jual beli baik makanan, barang, maupun jasa di dalam suatu perjanjian bisnis 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 bisnis 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 bisnis 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 bisnis 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 bisnis 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 bisnis waralaba tersebut.

b. Hak Paten

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 Pasal 1 (1) dijelaskan tentang paten, Paten diberikan Invensi baru dan mengandung jejak inventif dan bisa di aplikasikan di perusahaan. Dapat dikatakan paten ialah suatu hak khusus inventor karena invensi teknologi untuk selama waktu tertentu yang dapat digunakan untuk melaksanakan produk paten itu sendiri atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakan invensinya. Sehingga tidak boleh suatu produk tersebut diakui bahkan digunakan untuk kepentingannya sendiri tanpa sepengetahuan pemilik hak paten atau pihak pemberi waralaba itu sendiri. Apabila ingin menggunakan hak paten suatu produk tersebut maka hal yang harus dilakukan adalah melakukan suatu perjanjian bisnis waralaba dengan pihak pemilik hak paten itu sendiri atau pihak pemberi waralaba.

c. Hak Cipta

Hak khusus para pembuat atau penerima hak cipta untuk memberitahu atau memperlebar penemuannya atau memberikan izin serta tidak mengurangi ketentuan di dalam undang-undang (Hidayah, 2017). Hak dari penemuan bisa berpindah kepada pihak lain melalui beberapa cara, seperti, harta turunan, wasiat, perjanjian tertulis, dan sebab lain yang dibetulkan perundang-undangan. Sehingga selain dari pemilik hak cipta atau pemberi waralaba, seseorang yang menggunakan barang ciptaan dia untuk kepentingan dirinya sendiri dalam bisnis waralaba tanpa sepengetahuan pemilik hak cipta atau pemberi waralaba itu pun tidak boleh dilakukan selain dengan melakukan perjanjian bisnis waralaba dengan pemilik hak cipta atau pemberi waralaba itu sendiri. Di dalam perjanjian waralaba ada beberapa syarat yang di ciptakan dan di lakukan penyalur waralaba kepada pihak peminat waralaba. Berdasarkan penulisan terhadap Perjanjian Waralaba, disimpulkan isi Perjanjian Waralaba, sebagai berikut (Hakim, 2015):

1) Penyaluran Hak Franchise

Pemberi waralaba akan hal tersebut mengasihi hak khusus kepada penerima waralaba, serta penerima waralaba dapat mengambil hak khusus itu, dengan mempergunakan nama serta mekanisme mengelola milik pemberi waralaba dalam suatu tempat, dalam jangka waktu tertentu.

2) Tempat

Tempat franchise dipilih penerima waralaba dengan persetujuan pemberi waralaba, selepas itu melakukan riset serta memikirkan keadaan serta juga kekuatan ekonomi di tempat Franchise itu.

3) Jangka Waktu Franchise

Jangka waktunya 2 tahun, berlaku mudah dari tanggal pendirian gerai untuk pertama kali. Dan juga jangka waktu franchise bisa di tambah dengan perjanjian tertulis antara kedua belah pihak yang melakukan perjanjian bisnis waralaba.

4) Biaya Franchise

Selama jangka waktu yang di sepakati, penerima waralaba menerima memberikan uang karena diberikan hak franchise.

5) Royalti

Pemberi waralaba sepakat untuk memberikan uang terhadap royalti kepada pihak pemberi waralaba sesuai perjanjian.

6) Pemeliharaan Citra

Unsur rahasia dagang harus diberikan kepada penerima waralaba, contohnya seperti resep dalam suatu produk yang akan dijual ataupun dipasarkan. Dengan tujuan agar penerima waralaba masih bergantung kepada pemberi waralaba, contohnya seperti bahan-bahan yang diberikan dalam sekali pakai di saat kegiatan produksi. Sehingga pihak penerima waralaba wajib memakai bahan-bahan dalam jadi dari pemberi waralaba, tanpa tau formulanya. Seluruhnya sesuai perjanjian waralaba yang dilakukan oleh kedua belah pihak tersebut dalam menjalankan perjanjian bisnis waralaba.

3. Terdapatnya beberapa HaKI yang disebut penting akan waralaba, dan hal tersebut dapat di pelajari di dalam Pasal 1 (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yaitu waralaba merupakan hak khusus dan dimiliki oleh seseorang atau perusahaan kepada sistem usaha dengan ciri khas dalam memperjual belikan barang dan/atau jasa sudah benar dan bisa di pakai orang lain dengan perjanjian waralaba. Masih banyak sekali pengertian tentang waralaba disuatu peraturan perundang-undangan selain dari Pasal 1 (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Berdasarkan penjelasan tentang isi peraturan di atas dapat di mengeri, di Indonesia HaKI adalah salah satu syarat penting waralaba, usaha tidak bisa di waralabakan ketika tidak adanya HaKI. Dan juga dari penjelasan, serta ruang lingkup waralaba yang sudah di jabarkan sebelumnya dapat di mengerti pemberian waralaba selalu berhubungan dan/atau dengan memakai HaKI tertentu.

Orang yang melakukan kewajibannya masing-masing dapat di lindungi oleh hukum. Perjanjian bisnis waralaba itu termasuk salah satu aspek perlindungan hukum pihak yang dirugikan dari kegiatan merugikan oleh orang lain, salah satunya memberikan perlindungan hukum terhadap HaKI di usaha waralaba. Hal itu dikarenakan perjanjian yang dibuat oleh

kedua belah pihak itu bisa menjadi, hukum yang kuat terhadap suatu perlindungan hukum bagi pihak yang melakukan perjanjian waralaba. apabila terdapat pihak melanggar salah satu isi perjanjian bisnis waralaba, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar. Perjanjian bisnis waralaba mengatur perlindungan HaKI secara terperinci, yaitu dengan menjanjikan suatu batasan tertentu dan harus di cermati oleh penerima waralaba, secara langsung maupun tidak langsung di gunakan untuk melindungi HaKI pemberi waralaba.

Pada awalnya, mendapat suatu bisnis waralaba sama dengan membeli bisnis lain, tetapi berbeda dengan jual beli pada umumnya, yang di mana di dalam jual beli bisnis biasa apabila suatu perusahaan ataupun barang atau jasa itu dibeli maka pihak yang menjualnya tidak akan memiliki hal yang dijualnya kembali, dan pihak pembeli yang membeli hal tersebut akan memiliki hak secara penuh atas perusahaan yang sudah dibeli oleh dirinya. Artinya pemberi waralaba tidak akan kehilangan bisnis yang sudah dikembangkannya dari awal dan juga penerima waralaba dikatakan tidak mengambil alih bisnis yang diwaralabakan, penerima waralaba juga tidak dapat menjalankan bisnis yang diperolehnya melalui waralaba sesuai dengan keinginannya sendiri sesuai dengan isi perjanjian dengan pemberi waralaba tersebut.

Dalam HaKI yang diberikan oleh pemberi waralaba hanya hak untuk menjual suatu produk dengan memakai merek yang dimiliki oleh pemberi waralaba tersebut, dan juga tidak disertai dengan suatu perbuatan melakukan hal yang di inginkannya yaitu pengelolaan untuk memberikan nilai tambah dari produk tersebut, dan oleh sebab itu pengelolaan lebih lanjut akan merusak suatu ciri khas produk yang dimiliki oleh pemberi waralaba, dan hal tersebut dapat dikatakan sebagai tindakan yang melanggar suatu perjanjian di dalam bisnis waralaba (wanprestasi). Dengan pemikiran bahwa dalam suatu bisnis waralaba juga terikat pemberian lisensi HaKI dalam bentuk merek dan juga rahasia dagang, maka suatu peraturan perundang-undangan yang terikat kepada kedua HaKI itu, termasuk pemberian lisensinya perlu diperhatikan di dalam suatu bisnis waralaba tersebut. Hal tersebut diperlukan dan/atau digunakan untuk membuat dan juga memberi kepastian dalam berusaha yang tidak hanya bagi pemberi waralaba melainkan juga penerima waralaba.

Perlindungan hukum terkait HaKI yang di punyai pemberi waralaba akan sangat terlindungi ketika di suatu perjanjian bisnis waralaba tersebut telah mengatur tentang perlindungan HaKI secara terperinci, yaitu dengan memperjanjikan suatu batasan tertentu di dalam menjalankan bisnis waralaba itu sendiri yang harus dipatuhi oleh pihak penerima waralaba, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari oleh pihak pemberi waralaba. Di dalam setiap perjanjian yang disepakati oleh pihak penerima waralaba adalah wajib melindungi rahasia dagang yang

diberikan oleh pihak pemberi waralaba, dan juga wajib menjaga hak-hak dan kepentingan pihak pemberi waralaba sebagai pemegang hak atas merek. Oleh karena itu kedudukan Hak Kekayaan Intelektual di dalam perjanjian bisnis waralaba adalah untuk memberikan izin lisensi untuk memakai dan juga memanfaatkan secara bersama seluruh macam HaKI, seperti merek dan juga rahasia dagang kepada penerima waralaba, serta sebagai perlindungan hukum bagi pihak pemberi waralaba atau yang memiliki hak atas merek dagang tersebut, agar ciri khas dari produk tersebut tidak disalahgunakan oleh pihak penerima waralaba dengan mengubah beberapa sistem bisnis waralaba tersebut ataupun juga pengembangan produk yang seharusnya tidak boleh diubah sesuai perjanjian waralaba yang disepakati oleh para pihak, baik pihak pemberi waralaba dan juga pihak penerima waralaba.

SIMPULAN

Kedudukan HaKI di dalam perjanjian waralaba dikatakan sangat penting bagi pelaksanaan suatu bisnis waralaba yang disepakati oleh para pihak baik pihak pemberi waralaba dan juga pihak penerima waralaba. Selain itu di dalam membuat suatu bisnis waralaba juga harus menerapkan suatu perjanjian agar dalam pelaksanaan bisnis waralaba tersebut dikatakan tertulis dan juga dilindungi oleh hukum, sehingga para pihak yang bekerja sama harus memenuhi prestasi yang terdapat di dalam perjanjian bisnis waralaba tersebut, dan juga dapat meminimalisir bentuk wanprestasi bagi para pihak yang telah melakukan perjanjian. Sehingga ketika kedua belah pihak sepakat ingin menggunakan perjanjian, maka di dalam perjanjian tersebut dapat diterapkan tentang HaKI.

Kedudukan HaKI yang dilindungi dan terdapat di dalam perjanjian bisnis waralaba adalah Hak Merek, Hak Cipta, dan juga Hak Paten. Hak tersebut ditujukan kepada pemilik ataupun pemberi waralaba (Franchisor), selain itu terdapat juga HaKI dalam bentuk merek (merek dagang, merek jasa, dan indikasi asal) dan juga rahasia dagang. Agar ciri khas produk tidak disalahgunakan oleh pihak penerima waralaba dengan mengubah beberapa sistem bisnis waralaba tersebut ataupun juga pengembangan produk yang seharusnya tidak boleh diubah sesuai dengan perjanjian waralaba yang telah disepakati. Sehingga hal tersebut dapat dikatakan sebagai perlindungan HaKI bagi para pemilik atau pemberi waralaba (Franchisor). Sedangkan kedudukan HaKI bagi para penerima waralaba (Franchisee) adalah memiliki hak untuk menggunakan dan juga memanfaatkan secara bersama seluruh jenis HaKI, baik dan juga rahasia dagang. Sehingga bisnis Franchise yang dijalankan oleh pihak penerima waralaba (Franchisee) dapat berjalan dengan baik sesuai dengan isi prosedur dan juga sistem Franchise yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba (Franchisor), yang terdapat di perjanjian bisnis waralaba yang telah disepakati bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2020). Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Iktikad Baik Dalam Hukum Perjanjian. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 66–82.
- Hakim, D. A. (2015). Pengecualian Perjanjian Hak Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Persaingan Usaha. *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 9(4).
- Hidayah, K. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Setara Press.
- Satia, A., Li, B. L., Sembiring, D. T., Jaya, D., Marthino, E., & Marcus, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Negosiasi dan Manejemen Konflik Pada Industri Makanan Cepat Saji. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 304–311.
- Soekanto, S. (2007). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*.
- Stefanus, G. (2013). Analisis Deskriptif Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kenyamanan Membaca Pemustaka (Studi Kasus Pemustaka di UPT Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang). Di Ambil Dari: [Http://Eprints.Undip.Ac.Id/40985/3/BAB_III.Pdf](http://Eprints.Undip.Ac.Id/40985/3/BAB_III.Pdf) (6 Mei 2018).
- Subekti, R. (2002). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Intermedia.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sunggono, B. (2003). *Metode penelitian hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutedi, A. (2008). *Hukum Waralaba*. Ghalia Indonesia.
- Tanjung, R. J., & Imaniyati, N. S. (2022). Konsep HKI dan Royalti dalam Pajak Usaha Waralaba. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 659–677. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.89>