

## PERLINDUNGAN HUKUM HaKI DALAM PERJANJIAN WARALABA DI INDONESIA

**Oleh : Lathifah Hanim, SH.M.Hum.M.Kn.**  
Dosen Fakultas Hukum UNISSULA

### **Abstract**

*Always related to the provision granting franchise rights to use and or use of certain intellectual property rights, which in this case embodied in the brand, which covers both trademarks and service marks, or indications of origin (indication of origin) and a specific format, formula, characteristics, methods, procedures, procedures, systems etc. that are typically associated with, and which can not be separated from each output or product that is produced and then sold, delivered or traded by using the trademarks, service marks or indications of origin mentioned above, called a trade secret.*

*The problem is how the legal protection of intellectual property rights for the franchisor (the Franchisor) and Franchisee (the Franchisee) in franchise agreements in Indonesia.*

*Franchise agreements is one aspect of legal protection to the parties of the actions harm others, including in providing legal protection for intellectual property rights. This is because the agreement can be a strong legal basis to enforce legal protections for the parties involved in the franchise system. If either party violates the agreement, then the other party can sue the infringing party in accordance with applicable law. Legal protection of intellectual property rights owned by the Parties to the Franchisor (the franchisor) will be better protected if the Franchise Agreement has been set up specifically on IPR protection, which is a pledge of certain restrictions that must be adhered to by the Franchisee (the franchisee), which directly or not directly intended to protect intellectual property rights of the Parties to the Franchisor (the franchisor). The Franchise Agreement which provides IP protection provisions also set Franchisee shall protect trade secrets provided by the franchisor during the term at least 2 (two) years after the franchise period expires. Franchisee shall maintain the rights and interests as holders of rights to the franchisor's brand. Franchisee is prohibited to run any other business which directly competes with the franchisor during the term of business and franchise and for a period of at least 2 (two) years after the franchise period expires. Intellectual Property Rights in the franchise business is also highly protected by the laws relating to intellectual property rights, namely: Copyright Law, Trademark Law, and the Trade Secrets Act.*

**Key words: Franchise Agreement, Legal Protection.**

## A. Latar Belakang Masalah

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strateginya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.<sup>1</sup>

Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah teruji dan sukses dibidangnya, sehingga dianggap dapat “menjamin” mendatangkan keuntungan, faktor ini yang kemudian menjadi “magnet” untuk menarik animo masyarakat secara luas. Melalui konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik. Setidaknya dalam tiga tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terrefleksi pada 2 (dua) cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (*business opportunity*) yang terkonversi menjadi waralaba. Waralaba atau dalam Bahasa Inggris disebut *franchise* sendiri berasal dari Bahasa Latin yakni *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian *Franchising* (pewaralabaan) sendiri adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki

---

<sup>1</sup> Majalah Info Franchise, [www.majalahfranchise.com](http://www.majalahfranchise.com), 16 Juni 2008.

pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa. Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen.<sup>2</sup>

Pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Fakta ini disebabkan karena pewaralaba lokal memberikan berbagai kemudahan dalam persyaratan pembelian waralaba mereka. Toleransi yang diberikan juga cukup luas ditambah promosi dan marketing yang terus menerus. Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan konsep waralaba di seluruh Indonesia, maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia, legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

---

<sup>2</sup> Yohanes Heidy Purnama, Salam Franchise.com, 1 Maret 2008.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan bahwa waralaba adalah 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. Lebih lanjut Pasal 3 menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar, yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Pemberian waralaba senantiasa terkait pemberian hak untuk menggunakan dan atau memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk merek, baik yang meliputi merek dagang maupun merek jasa, ataupun indikasi asal (*indication of origin*) tertentu dan suatu bentuk format, formula, ciri khas, metode, tata cara, prosedur, sistem dan lain sebagainya yang bersifat khas yang terkait dengan, dan yang tidak dapat dipisahkan dari setiap *output* atau produk yang dihasilkan dan selanjutnya dijual, diserahkan atau diperdagangkan dengan mempergunakan merek dagang, merek jasa atau indikasi asal tersebut di atas, yang dinamakan dengan Rahasia Dagang. Dari kedua jenis Hak Kekayaan Intelektual tersebut, selalu dan senantiasa terdapat unsur pembeda antara waralaba yang satu dengan waralaba yang lainnya. Unsur pembeda tersebut terletak dalam sifat, bentuk dan jenis Hak Kekayaan Intelektual yang diwaralabakan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm. 98.

Waralaba dalam perspektif Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama-sama dua jenis Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yaitu Merek (termasuk merek dagang, merek jasa dan indikasi asal) dan Rahasia Dagang. Hak pemanfaatan dan penggunaan kedua jenis Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal 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.<sup>4</sup>

Dengan demikian HAKI 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. Saat ini, jumlah pemberi waralaba lokal 750 usaha, 100 di antaranya sudah beroperasi penuh. Adapun pemberi waralaba asing mencapai 250 usaha. Waralaba adalah hak eksklusif yang berkaitan dengan hak paten, merek, hak cipta, dan desain produk industri. Syarat menjadi pemberi waralaba yang menjalankan sistem waralaba adalah mempunyai HAKI yang terdaftar di Departemen Hukum dan HAM.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 76.

<sup>5</sup> Kompas, Rabu, 10 Juni 2009, hlm. 4.

Saat ini bentuk-bentuk waralaba yang telah menjamur di masyarakat tidak sebatas pada bisnis waralaba berskala internasional seperti 5 (lima) tahun yang lalu, akan tetapi berbagai usaha kecil atau kaki lima sudah merambah dalam bentuk waralaba, dengan para pelaku orang-orang yang masih awam terhadap tata aturan dan sistem waralaba. Keikutsertaan mereka dengan bisnis ini hanya karena ketertarikan dengan iming-iming keuntungan dengan membawa nama besar suatu merk dagang, contohnya sistem waralaba ayam goreng kaki lima yang meniru nama besar waralaba serupa (KFC, CFC, Texas FC) yang telah memiliki perlindungan hukum yang tetap dan jelas.

Oleh karena itu dapat dipastikan apabila HaKI dari pemilik waralaba tidak terdaftar maka usahanya tidak akan dapat dikembangkan dalam bentuk waralaba dan tidak terlindungi secara hukum. HaKI dalam waralaba merupakan unsur yang terpenting, mengingat apabila suatu usaha waralaba tidak memiliki HaKI tertentu maka dapat dipastikan usaha tersebut bukanlah waralaba, dengan demikian HaKI dalam waralaba harus mendapatkan perlindungan hukum, dalam hal ini perjanjian waralaba menjadi sangat signifikan dan menentukan dalam memberikan perlindungan hukum tersebut, melalui perjanjian waralaba tersebut berbagai aspek perlindungan terhadap HaKI diatur dan disepakati oleh para pihak.

## **B. Perumusan Masalah**

Bagaimanakah perlindungan hukum HaKI bagi *Franchisor* (Pemberi Waralaba) dan *Franchisee* (Penerima Waralaba) dalam perjanjian waralaba di Indonesia ?

### C. Pembahasan

#### **Perlindungan Hukum HaKI bagi *Franchisor* (Pemberi Waralaba) dan *Franchisee* (Penerima Waralaba) dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia**

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

- a. Waralaba adalah hak khusus yang merupakan suatu Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh seseorang dan atau badan hukum tertentu;
- b. Waralaba diselenggarakan atas dasar perjanjian.

*Franchise* pada dasarnya mengandung elemen-elemen pokok sebagai berikut:

- a. *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.
- b. *Franchisee* yaitu pihak yang menerima hak eksklusif itu dari *franchisor*.
- c. Adanya penyerahan hak-hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual/hak milik perindustrian) dari *franchisor* kepada *franchisee*.
- d. Adanya penetapan wilayah tertentu, *franchise* area di mana *franchisee* diberikan hak untuk beroperasi di wilayah tertentu. Contoh: hanya diperbolehkan untuk beroperasi di Pulau Jawa.
- e. Adanya imbal - prestasi dari *franchisee* kepada *franchisor* yang berupa *Initial Fee* dan *Royalties* serta biaya-biaya lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.

- f. Adanya standar mutu yang ditetapkan oleh *franchisor* bagi *franchisee*, serta supervisi secara berkala dalam rangka mempertahankan mutu.
- g. Adanya pelatihan awal, pelatihan yang berkesinambungan, yang diselenggarakan oleh *franchisor* guna peningkatan ketrampilan.

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.<sup>6</sup>

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

---

<sup>6</sup> Amir Karamoy, 1996, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Jurnalindo Aksara : Grafika, Jakarta, hlm. 3.



tersebut dapat dikelompokkan dalam bidang hukum perjanjian dan bidang hukum tentang hak milik intelektual (*intellectual property right*).<sup>7</sup>

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 berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.<sup>8</sup> Sedangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/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."<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional*, Bandung : Citra Aditya Bhakti, hlm 21-22.

<sup>8</sup> Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

<sup>9</sup> Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha.

Perjanjian waralaba 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. Sebagaimana Perjanjian Waralaba di atas, dapat diketahui bahwa Perjanjian tersebut 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. Selain hal tersebut secara yuridis HaKI dalam bisnis waralaba juga sangat dilindungi oleh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, yaitu:

a. Hak merek

Hak merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001, suatu merek dianggap sah apabila merek itu telah didaftarkan dalam daftar merek. Pihak yang pertama mendaftarkan berhak atas merek dan secara eksklusif dapat memakai merek tersebut, sedangkan pihak lain tidak boleh memakainya, kecuali dengan izin. Tanpa pendaftaran, tidak akan ada hak atas merek. Hal ini tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 yang menyatakan, "Hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam

daftar merek umum untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek itu atau memberi izin kepada seorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya". Dari undang-undang tersebut perlu dijelaskan bahwa pengguna merek berbeda dengan kepemilikan merek.

Tidak semua merek dapat didaftarkan Pasal 4 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 menyatakan, "Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik". Suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5, yaitu:

- 1) bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau kertertiban umum;
- 2) tidak memiliki daya pembeda;
- 3) telah menjadi milik umum; atau
- 4) merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa
- 5) yang dimohonkan pendaftarannya.

Jadi, dalam hukum pemberian lisensi merek, dengan tegas menyebutkan bahwa merek yang dilisensikan adalah merek yang harus mempunyai perbedaan dengan merek-merek lainnya yang telah terdaftar pada kantor merek dan karenanya memperoleh perlindungan dalam hukum tersendiri. Menurut Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, kepemilikan merek dapat diperoleh dengan cara pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh undang-undang. Sedangkan pemakaian merek dapat dilakukan oleh pemilik sendiri, maupun oleh orang lain dengan izin pemilik merek. Izin ini dapat diperoleh melalui lisensi atau waralaba. Apabila seseorang memakai merek orang lain tanpa izin pemilik merek, maka pemilik merek dapat menuntut pemakai merek tanpa izin itu.

Tuntutan itu dapat dilakukan berdasarkan hukum perdata maupun hukum pidana. Hal ini dapat disimpulkan dari Pasal 72 sampai dengan Pasal 77 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Sebagaimana Pasal 76 ayat (1) Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa : Gugatan ganti rugi, dan/atau Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Dijelaskan pada Pasal 77 dimana Gugatan atas pelanggaran merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 76 dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik merek yang bersangkutan. Gugatan keperdataan ganti rugi juga dapat dilakukan oleh pemegang merek, khususnya terhadap indikasi-geografis, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 57 Undang-Undang Merek. Hak mengajukan gugatan merek secara keperdataan sebagaimana dikemukakan dalam Pasal 76 ayat (1) dan Pasal 77 tidak mengurangi hak negara untuk melakukan tindak Pidana di bidang merek sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95.

b. Hak Paten

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 Pasal 1 angka 1, "Paten hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil investasinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invenasinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya". Selanjutnya pada Pasal 1 angka 2 dijelaskan,

"Invensi adalah ide inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses".

Dari Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Paten tersebut dapat disimpulkan bahwa invensi atau penemuan adalah kegiatan pemecahan masalah tertentu di bidang teknologi yang dapat berupa proses produksi, hasil produksi, penyempurnaan proses produksi, penyempurnaan hasil produksi, pengembangan proses produksi, atau pengembangan hasil produksi.

Pada Pasal 7 Undang-Undang Paten dijelaskan bahwa paten tidak diberikan untuk invensi tentang:

- 1) proses atau produk yang pengumuman dan penggunaan atau pelaksanaannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, ketertiban umum, atau kesusilaan;
- 2) metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan/atau hewan;
- 3) teori dan metode di bidang ilmu pengetahuan dan matematika; atau
- 4) semua makhluk hidup, kecuali jasad renik;
- 5) proses biologis yang esensial untuk memproduksi tanaman atau hewan, kecuali proses non-biologis atau proses mikrobiologis.

Isi dari Pasal 16 Undang-Undang Paten menyatakan bahwa apabila ada seseorang memakai dan/atau melaksanakan hak paten milik orang lain, yaitu pemakaian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari paten, maka perbuatannya itu tidak sah sehingga dapat dituntut. Pasal 118 ayat (1) Undang-Undang Paten menjelaskan bahwa pelanggaran terhadap paten dapat

dituntut secara perdata dan pidana. Pemegang paten atau penerima lisensi berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan niaga setempat terhadap siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16.

c. Hak Cipta

Pengaturan hak cipta dijumpai dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang hak cipta. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Hak Cipta, "Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku". Selanjutnya Pasal 1 angka 2 menjelaskan, "Hak cipta diberikan pada pencipta atau penerima hak atas suatu ciptaan. Pencipta adalah seorang atau beberapa secara bersama-sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu ciptaan berdasarkan kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi". "Pada Pasal 1 angka 3 dijelaskan, "Ciptaan adalah hasil setiap karya pencipta yang menunjukkan keasliannya dalam lapangan ilmu pengetahuan, seni, atau sastra". Dalam Pasal 1 angka 4 dijelaskan "Pemegang hak cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta atau pihak yang menerima hak tersebut dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut".

Undang-undang Merek memberikan penegasan bahwa tidak ada hak cipta atas :

- 1) hasil rapat terbuka lembaga-lembaga negara;
- 2) peraturan perundang-undangan;
- 3) pidato kenegaraan atau pidato pejabat pemerintah;
- 4) putusan pengadilan atau penetapan hakim; atau

5) keputusan badan arbitrase atau keputusan badan-badan sejenis lainnya.

Hak dari ciptaan dapat beralih pada orang lain melalui lima cara, yaitu warisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Setiap orang yang mempergunakan ciptaan orang lain tanpa izin pencipta dapat dituduh sebagai perbuatan kejahatan dan ditindak dengan ketentuan pidana, seperti tersebut dalam Pasal 72 dan Pasal 73.

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* (pemberi waralaba) bagi para *franchisee* (penerima waralaba).<sup>10</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Perjanjian Waralaba, maka dapat dikemukakan pokok-pokok isi dari Perjanjian Waralaba tersebut, yaitu:<sup>11</sup>

a. Pemberian Hak Franchise

*Franchisor* dengan ini memberi Hak Eksklusif kepada *Franchisee*, dan *Franchisee* menerima pemberian hak tersebut, untuk dapat menggunakan nama dan sistem pengelolaan milik *franchisor* dalam suatu lokasi, selama jangka waktu yang disepakati.

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.

---

<sup>10</sup> Kepala Disperindagkop Kabupaten Jepara, *loc.cit.*

<sup>11</sup> Setiawan, Juni 1991, *Segi-segi Hukum Trade Mark dan Licensing*, Varia Peradilan No. 70, hlm. 152.

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* dan Cara Pembayaran Selama jangka waktu, *franchisee* setuju untuk membayar biaya atas pemberian hak *franchise* (biaya *franchise*) meliputi : a. *Joint Fee*; b. *Counter Fee*; c. *Advertising & Training Fee*.

e. Royalti *Franchisee* setuju dan berkewajiban untuk membayar royalti 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.<sup>12</sup>

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

---

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, *op. cit.*, hlm. 106



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.<sup>13</sup>

#### D. Penutup

Perlindungan Hukum terhadap HaKI yang dimiliki oleh Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*) akan dapat lebih terlindungi apabila dalam Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan HaKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh Penerima Waralaba (*franchisee*), yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari oleh Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*). Dalam Perjanjian Waralaba yang memberikan perlindungan HaKI diatur pula ketentuan *Franchisee* wajib melindungi rahasia dagang yang diberikan oleh *franchisor* selama jangka waktu setidaknya 2 (dua) tahun setelah jangka waktu *franchise* berakhir. *Franchisee* wajib menjaga hak-hak dan kepentingan *franchisor* sebagai pemegang hak atas merek. *Franchisee* dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis *franchisor* selama jangka waktu *franchise* dan dan untuk jangka waktu setidaknya 2 (dua) tahun setelah jangka waktu *franchise* berakhir. HaKI dalam bisnis waralaba juga sangat dilindungi oleh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, yaitu: Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek, dan Undang-Undang Rahasia Dagang.

---

<sup>13</sup> Adrian Sutedi, *op. cit*, hlm. 106

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, 2008, ***Hukum Waralaba***, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Amir Karamoy, 1996, ***Sukses Usaha Lewat Waralaba***, Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta.
- Budi Santoso, 2009, ***Pengantar HKI dan Audit HKI untuk Perusahaan***, Pustaka Magister, Semarang.
- Joseph Mancuso & Donald Boroian, 1995. ***Pedoman Membeli dan Mengelola Franchise***, Delapratasa, Jakarta.
- Juarjir Sumardi, 1995. ***Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional***, Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Martin Mendelsohn, 1997. ***Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee***, PT. Pustaka Binaman Persindo, Jakarta.
- Moch. Basarah, 2008, ***Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya***, Citra Aditya Bakti, Bandung.

### **Peraturan Perundangan-Undangan :**

Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.

Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

### **Internet**

Anonymous, **Franchise dan Pengertiannya** (Harian Pikiran Rakyat), 3 Februari 2007

Anonymous, **Mc Donald's Hamburger: Suatu Jaringan Franchise Internasional Kini telah Memiliki Outlet di Jakarta** (Harian Kompas), 21 Januari 1990.

Anonymous, **Mengenal Istilah Waralaba** (<http://www.wirusaha.com>), 27 April 2007.

Gunawan Widjaja, *Salam Franchise.com*, 8 April 2008.