



## Jurnal Analogi Hukum

Journal Homepage: <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/analogihukum>

# Kajian Yuridis Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual

I Kadek Agus Arnawa Pariwesa Putra, I Nyoman Putu Budiarta dan Ni Made Puspasutari Ujianti

Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

agusdekar17@gmail.com

### How To Cite:

Putra, I. K. A. A. P., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2022). Kajian Yuridis Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Analogi Hukum*. 4(3). 305-310. Doi: <https://doi.org/10.22225/ah.4.3.2022.305-310>

**Abstract**—Along with the development of the era of globalization, it also has an impact on the development of business concepts. One of them is the franchise system, which has recently become the center of attention as a form of business development breakthrough. The formulation of the problem is: how is the validity and legal force of the franchise agreement? And how are the legal consequences of franchise agreements related to IPR? The type of research is normative legal research and a statutory and conceptual approach to problems. The validity and legal force of the franchise agreement where the Civil Code adheres to the principle of consensualism, meaning that an agreement must be considered born at the time of reaching an agreement between the two parties. The franchise agreement begins to bind the parties and acts as law for those who make it, starting from the date the parties' agreement is reached and the agreement they make has the same legal force. The legal consequence of a franchise agreement related to IPR is the signing of a franchise agreement that has regulated IPR in it, the franchisor is obliged to give exclusive rights to the franchisee, and the franchisee can use the name and management system of the franchisor in a location, for an agreed period of time. The franchisor is obliged to maintain the benefits of the intellectual property rights and pay fees to the franchisor for the benefits of the intellectual property rights used. In the event that one of the parties in the agreement does not implement it, the other party in the agreement has the right to impose its implementation through the applicable legal mechanisms and channels. And if the consumer is not satisfied with the results, they can file a complaint with the franchisor.

**Keywords:** franchise; intellectual property rights.

**Abstrak**—Seiring dengan perkembangan zaman globalisasi maka berdampak pula pada perkembangan konsep bisnis. Salah satunya adalah sistem waralaba yang akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Perumusan masalahnya adalah: bagaimanakah keabsahan dan kekuatan hukum dari perjanjian waralaba? Dan bagaimanakah akibat hukum perjanjian waralaba dikaitkan dengan HAKI? Tipe penelitian adalah penelitian hukum normatif dan pendekatan masalah secara perundang-undangan dan konseptual. Keabsahan dan kekuatan hukum dari perjanjian waralaba dimana KUH Perdata menganut asas konsensualisme, artinya suatu perjanjian harus dianggap lahir pada waktu tercapainya kesepakatan di antara kedua belah pihak. Perjanjian waralaba mulai mengikat para pihak dan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, terhitung sejak tercapainya kesepakatan para pihak dan perjanjian yang mereka buat mempunyai kekuatan hukum yang sama. Akibat hukum perjanjian waralaba dikaitkan dengan HAKI yaitu dengan ditandatanganinya suatu perjanjian waralaba yang telah mengatur HAKI di dalamnya maka franchisor wajib memberi hak eksklusif kepada franchisee, dan franchisee dapat menggunakan nama dan sistem pengelolaan milik franchisor dalam suatu lokasi, selama jangka waktu yang disepakati. Franchisee berkewajiban memelihara manfaat dari hak kekayaan intelektual tersebut dan membayar biaya kepada franchisor atas manfaat dari hak intelektual yang digunakannya. Dalam hal salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakannya, maka pihak lain dalam perjanjian berhak untuk memaksakan pelaksanaannya melalui mekanisme dan jalur hukum yang berlaku. Dan apabila pihak konsumen tidak puas dengan hasilnya maka dapat mengajukan komplain kepada franchisor.

**Kata Kunci:** waralaba; hak kekayaan intelektual

## 1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman globalisasi tersebut maka berdampak pula pada perkembangan konsep bisnis. Salah satunya adalah sistem waralaba yang 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 tersebut 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.

Waralaba (*franchise*) pada awalnya tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia, karena memang pada awalnya sistem waralaba tidak terdapat dalam tradisi atau budaya bisnis di Indonesia. Karena pengaruh globalisasi, maka *franchise* masuk dalam budaya dan tatanan hukum di Indonesia. “Istilah *franchise* kemudian di-Indonesiakan dengan istilah “waralaba” oleh Lembaga Pengembangan dan Pendidikan Manajemen. Waralaba diartikan usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa” (Sutedi, 2008).

Contoh waralaba yang sekarang sedang berkembang pesat di antaranya adalah “*Kentucky Fried Chicken*”, “*CircleK*”, “*Alfamart*”, “*Indomart*”, dan merek-merek dagang lainnya yang terkait dengan sistem waralaba. Bahkan waralaba yang bermetodekan “*mini mart*” menjadi polemik yang berkepanjangan di antara pengembangan bisnis retail/eceran antara retail modern, pedagang pasar tradisional, warung, dan bahkan hingga pedagang kaki lima. “Kajian yang dilakukan menyangkut kajian filosofis, ideologis, yuridis, dan sosial budaya” (Sutedi, 2008).

Pengertian dan konsepsi waralaba di Indonesia mengandung makna bahwa dalam pemberian waralaba senantiasa terkait pemberian hak untuk menggunakan dan/atau memanfaatkan HAKI atau suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama-sama HAKI tertentu, di antaranya merek dan rahasia dagang. Hak pemanfaatan dan penggunaan kedua jenis HAKI tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal HAKI 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. 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.

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka permasalahan yang akan dibahas adalah keabsahan hukum dari perjanjian waralaba dan akibat hukum perjanjian waralaba dikaitkan dengan HAKI.

Setiap penulisan yang sifatnya ilmiah, sudah tentu terkandung suatu tujuan. Dalam penulisan karya ilmiah tersebut haruslah memiliki tujuan yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan memahami keabsahan dan kekuatan hukum dari perjanjian waralaba. Untuk mengetahui dan memahami akibat hukum perjanjian waralaba dikaitkan dengan HAKI.

## 2. Metode

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten (Soekanto, 1986). Penelitian yang dilakukan dalam kaitannya dengan penulisan skripsi ini termasuk dalam kategori/jenis penelitian hukum normatif, yaitu “penelitian hukum kepustakaan atau penelitian hukum yang didasarkan pada data sekunder”. Perlunya penelitian hukum normatif ini adalah beranjak dari belum adanya norma hukum berkaitan permasalahan penelitian, sehingga di dalam mengkajinya lebih mengutamakan sumber data sekunder. Sedangkan pendekatan masalahnya adalah pendekatan perundang-undangan dan konseptual.

## 3. Pembahasan

### *Keabsahan Hukum Dari Perjanjian Waralaba*

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin 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 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 (Fuady, 1997). "*Franchise* juga diartikan suatu sistem pemasaran atau sistem usaha untuk memasarkan produk atau jasa tertentu" (Hasyim, 2011).

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 royalti. 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, menurut Sudargo Gautama, perlindungan tetap bisa dilakukan melalui kontrak waralaba yang dibuat oleh pihak-pihak yang terlibat. Hal tersebut sesuai dengan KUHPerdara yang secara tegas mengakui bahwa “perjanjian yang disepakati oleh beberapa pihak, mengikat mereka sebagai hukum” (Sudargo, 1985).

Sebagaimana diketahui, bahwa hukum perjanjian yang terdapat dalam KUH Perdata 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 mengikatkan dirinya bahwa pernyataan kedua belah pihak bertemu dalam sepakat. Hal tersebut tercantum dalam Pasal 1320 KUH Perdata. 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.

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.

### ***Akibat Hukum Perjanjian Waralaba Dikaitkan Dengan HAKI***

*Master franchise*, yang kesepakatan pemberian waralabanya dibuat dalam perjanjian penerima waralaba lanjutan (*master franchise agreement*). Namun, dalam peraturan ini tidak dirumuskan

pengertian dari *master franchise agreement*, hanya diberikan pengertian perjanjian waralaba yang dibedakan perjanjian waralaba lanjutan,

Kewajiban *franchisor* untuk menyampaikan keterangan kepada *franchisee* juga dirumuskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dalam peraturan ini juga diisyaratkan bahwa sebelum membuat perjanjian waralaba lanjutan, penerima waralaba utama wajib memberitahukan secara tertulis dengan dokumen otentik kepada penerima waralaba lanjutan bahwa penerima waralaba utama memiliki hak atau izin membuat perjanjian waralaba lanjutan yang dibuat antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan dengan sepengetahuan pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba diatur dalam Pasal 5 dan Pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dari segi bisnis, waralaba berhubungan dengan jaringan pembuatan dan/ atau pengedaran (distribusi) barang atau jasa dengan suatu standar serta sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar serta sistem eksploitasi meliputi kesamaan dalam penggunaan nama perniagaan dan merek, sistem pembuatan, serta tata cara pengemasan, penyajian, dan pengedaran. Selain itu, dalam sistem waralaba tersembunyi suatu hal yang abstrak yang memiliki nilai ekonomis tinggi, yaitu citra (*image*) atau nama baik (*goodwill*) tertentu. Citra atau nama baik diperlukan dalam dunia bisnis, di mana unsur persaingan serta upaya merebut pangsa pasar memegang peran yang amat besar.

Sebaliknya, *franchisor* mendapatkan imbalan atas penggunaan nama perniagaan, merek, serta sistem eksploitasi dengan menerima pembayaran sejumlah uang tertentu (*royalti*) *franchisee*, baik pada

saat ditandatanganinya perjanjian waralaba, maupun selama perjanjian itu berlangsung. Bagi *franchisor*, waralaba juga berperan untuk memperluas kegiatan usaha tanpa investasi sendiri.

Dengan beranjak pada rumusan, pengertian, dan konsep waralaba yang telah dijelaskan dapat diketahui bahwa pemberian waralaba senantiasa terkait dengan pemberian hak untuk menggunakan dan atau memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual tertentu.

Hak milik intelektual (*intellectual property right*) atau disebut juga hak milik immaterial adalah hak milik yang tercipta dari karya, kreasi, daya pikir intelektualitas seseorang.

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.

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.

Pada dasarnya, memperoleh waralaba sebenarnya sama dengan membeli sebuah bisnis pada umumnya, tetapi berbeda dari jual beli biasa. Artinya *franchisor* tidak kehilangan dan *franchisee* tidak mengambil alih bisnis yang diwaralaba *Franchisee* juga tidak dapat menjalankan bisnis yang diperolehnya melalui

waralaba sesuai dengan keinginannya sendiri.

Dalam bisnis waralaba, kelangsungan hidup perusahaan *franchisee* banyak tergantung pada *franchisor*. *Franchisee* perlu mengetahui bonafid serta solidaritas perusahaan *franchisor* sehingga layak bagi *franchisee* untuk mempertaruhkan sejumlah uang tertentu untuk membuka usaha waralaba. Selain itu posisi *franchisor* hampir selalu berada di pihak yang lebih kuat karena belum adanya perundang-undangan yang memberikan perlindungan hukum terhadap pihak *franchisee*. Terlebih lagi karena terjadinya perjanjian waralaba diserahkan sepenuhnya kepada kesepakatan kedua belah pihak saja dan terkadang *franchisor* sebagai pihak yang lebih kuat cenderung mendikte keinginannya.

Bisnis waralaba dapat dilihat sebagai hak yang dimiliki *franchisee* untuk menjalankan bisnis dengan menggunakan sistem dan merek dagang yang dimiliki *franchisor*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa lisensi merek merupakan hal yang utama dalam bisnis waralaba, di samping kemungkinan adanya lisensi hak milik intelektual lainnya, misalnya lisensi paten dan lisensi hak cipta sebagai alat transfer informasi. Dikatakan sebagai alat transfer informasi karena biasanya penerima lisensi juga menerima petunjuk ataupun pelatihan tentang cara produksi. Ini dikarenakan pemberi lisensi biasanya berkeinginan agar hasil-hasil produksinya yang menggunakan mereknya memiliki keseragaman atau kualitas yang seimbang.

Dalam lisensi paten, pemberian izin dari pemilik lisensi kepada pemegang lisensi diiringi dengan kewajiban pembayaran atas sejumlah biaya oleh pemegang lisensi atas haknya untuk menggunakan sesuatu yang sebelumnya tidak digunakan. Oleh karena itu, lisensi merek membutuhkan pengeluaran biaya. Biaya pertama dikeluarkan oleh *franchisor* dalam memproses merek itu sendiri sehingga dapat menjadi suatu *good will* yang merupakan aset yang berharga, sedangkan *franchisee* mengeluarkan biaya untuk pengalihan dan pemeliharaan merek yang dialihkan kepadanya.

Dengan adanya lisensi merek pada *franchisee*, masing-masing pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee* terikat dalam seperangkat hak dan kewajiban yang ditetapkan dalam kesepakatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan berlaku. *Franchisor* berhak atas pemenuhan kewajiban dari *franchisee*. Demikian pula *franchisee* berhak atas kewajiban dari *franchisor*. Adapun *franchisor* berkewajiban untuk menyerahkan

kepada *franchisee* manfaat merek yang digunakan pada teritori yang ditentukan. Sedangkan *franchisee* berkewajiban memelihara manfaat merek bersangkutan dan membayar biaya kepada *franchisor* atas manfaat merek yang digunakannya.

Namun, selain memberi keuntungan kepada kedua belah pihak, sistem waralaba juga mengandung berbagai risiko bagi kedua belah pihak. Salah satu risiko yang dapat menimbulkan kerugian yang tidak sedikit ialah pemutusan hubungan yang tidak direncanakan atau pemutusan hubungan yang diinginkan hanya oleh salah satu pihak.

Ancaman pemutusan hubungan kerja juga dapat menimbulkan rasa tidak aman bagi *franchisee* karena ia telah mempertaruhkan investasi yang mungkin sangat besar. Padahal mungkin saja pemutusan hubungan yang terjadi disebabkan bukan karena kesalahannya. Lebih parah lagi apabila *franchisor* asing yang berdomisili di luar negeri meninggalkan begitu saja. Jika hal ini terjadi, biasanya *franchisor* tidak meninggalkan aset yang dapat diambil alih oleh *franchisee*. Hal ini sebagai akibat struktur waralaba, yang memang merupakan bentuk usaha tanpa adanya penyertaan modal formal dari *franchisor*.

Hak kekayaan intelektual dalam pemberian waralaba dengan beranjak pada rumusan, pengertian, konsep dan konsepsi waralaba di Indonesia yang telah dijelaskan di atas dapat diketahui bahwa dalam pemberian waralaba senantiasa terkait pemberian hak untuk menggunakan dan atau memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual

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 pendistribusi barang. Dengan pandangan bahwa dalam waralaba juga terkait dengan pemberian lisensi Hak Kekayaan Intelektual dalam bentuk Merek dan Rahasia Dagang, maka ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kedua Hak Kekayaan Intelektual tersebut, termasuk pemberian lisensinya sangatlah perlu diperhatikan. Hal tersebut diperlukan untuk menciptakan dan memberikan kepastian dalam berusaha tidak hanya bagi Pemberi Waralaba melainkan juga

Penerima Waralaba. Dalam konteks ini perlindungan hukum terhadap usaha waralaba juga sangat terkait dengan peraturan perundang-undangan dibidang Hak Kekayaan Intelektual.

Bagi *franchisor*, keuntungan dari bisnis waralaba didapatkan dari pemberian lisensi mereknya, yaitu dengan memperoleh pendapatan dari suatu hubungan lisensi merek.<sup>89</sup> Pendapatan yang diperoleh ini bukan hanya pendapatan dari pendirian *outlet franchisee*, tetapi pendapatan-pendapatan lain yang diwajibkan untuk *franchisee* bayar dalam batas waktu yang telah ditentukan. Berarti, pemutusan hubungan yang terjadi sebelum waktu yang diharapkan, mengakibatkan lisensi tersebut tidak efisien bagi *franchisor*.

Selain itu, hal terpenting di dalam bisnis waralaba ialah diperbolehkannya melakukan perjanjian eksklusif antara *franchisor* dengan *franchisee* karena sistem waralaba merupakan pengalihan konsep suatu perusahaan dalam satu kesatuan kepada *franchisee*, misalnya *franchisor* boleh menentukan *franchisee* memasok barang-barangnya. Namun, perjanjian eksklusif ini tidak berlaku mutlak. Artinya, jika *franchisee* kehabisan barang, maka *franchisee* memasok barang-barang yang dibutuhkannya dari pemasok lain yang ke dalam jaringan *franchisor* atau dari *franchisee* yang lain.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari permasalahan tersebut di atas maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

Keabsahan dan kekuatan hukum dari perjanjian waralaba dimana KUH Perdata menganut asas konsensualisme, artinya suatu perjanjian harus dianggap lahir pada waktu tercapainya kesepakatan di antara kedua belah pihak. Jadi orang yang hendak membuat perjanjian harus menyatakan kehendaknya dan kesediaannya untuk mengikat dirinya bahwa pernyataan kedua belah pihak bertemu dalam sepakat, (Pasal 1320 KUH Perdata). Pemberlakuan perjanjian waralaba di antara para pihak mempunyai kekuatan mengikat yang didasarkan pada pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata. Dengan demikian perjanjian waralaba mulai mengikat para pihak dan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, terhitung sejak tercapainya kesepakatan para pihak dan perjanjian yang mereka buat mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Akibat hukum perjanjian waralaba dikaitkan dengan HAKI yaitu dengan ditandatangani suatu perjanjian waralaba

yang telah mengatur HAKI di dalamnya maka *franchisor* wajib memberi hak eksklusif kepada *franchisee*, dan *franchisee* dapat menggunakan nama dan sistem pengelolaan milik *franchisor* dalam suatu lokasi, selama jangka waktu yang disepakati. Dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh *franchisee*, dengan tujuan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba. Sedangkan *franchisee* berkewajiban memelihara manfaat dari hak kekayaan intelektual tersebut dan membayar biaya kepada *franchisor* atas manfaat dari hak intelektual yang digunakannya. Dalam hal salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakannya, maka pihak lain dalam perjanjian berhak untuk memaksakan pelaksanaannya melalui mekanisme dan jalur hukum yang berlaku. Dan apabila pihak konsumen tidak puas dengan hasilnya maka dapat mengajukan komplain kepada *franchisor*.

Berdasarkan simpulan tersebut di atas maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

Usaha bisnis waralaba sudah bukan merupakan sesuatu hal yang baru lagi, sudah semestinya model usaha seperti ini memiliki pengaturan yang memadai untuk menunjang perkembangan dunia usaha, dan juga memberikan proteksi bagi pihak-pihak dalam perjanjiannya waralaba.

Disarankan pula dalam pembuatan perjanjian waralaba hendaknya para pihak terutama penerima waralaba memperhatikan betul-betul isi perjanjian sebelum menandatangani surat perjanjian tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari akibat kelalaian atau keteledoran dalam pembuatan isi perjanjian waralaba ini.

#### Daftar Pustaka

- Fuady, M. (1997). *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini: Tinjauan Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hasyim, F. (2011). *Hukum Dagang, Cetakan Ketiga*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Sudargo, G. (1985). *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*. Bandung: Alumni.
- Sutedi, A. (2008). *Hukum Waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia.