



Perlindungan Hukum HAKI Dalam Perjanjian Waralaba

¹Bonaraja Purba, ²Hasyim, ³Aulia Nurfitriana, ⁴Sarma Juliana Silaban, ⁵Sophia Hanum, ⁶Tinti Sriyani

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Korespondensi Penulis : [1bonarajapurba@unimed.ac.id](mailto:bonarajapurba@unimed.ac.id), [2hasyimns65@gmail.com](mailto:hasyimns65@gmail.com), [3aulianurfitriana1597@gmail.com](mailto:aulianurfitriana1597@gmail.com), [4sharmasilaban@gmail.com](mailto:sharmasilaban@gmail.com), [5sophiahanum85@gmail.com](mailto:sophiahanum85@gmail.com), [6tintisriyani1703@gmail.com](mailto:tintisriyani1703@gmail.com)

Abstract. *Franchise growth in Indonesia shows an increase with the growth and development of the franchise local. The essence of the franchise concept that has a selling point lies in the rights Intellectual Property of a franchise, as a special right owned by individuals or business entities against business systems with business characteristics in order to market goods and/or services that have been proven successful and can be exploited and/or used by other parties. For that protection of Intellectual Property Rights in the agreement franchise, is very important. The franchise business concept has become one of the centers of attention which gave a new breakthrough in the dynamics of the Indonesian economy, especially as a form of business development, considering Franchising is a business that has proven its success. So much effort which was then franchised. This research is a research that uses library research, so the data is required in the form of bibliographical data in the form of legal material.*

Keywords: *Franchise Agreement, Legal Protection.*

Abstrak. Pertumbuhan franchise di Indonesia menunjukkan peningkatan seiring dengan tumbuh dan berkembangnya franchise lokal. Hakikat dari konsep waralaba yang memiliki nilai jual terletak pada Hak Kekayaan Intelektual dari suatu waralaba, sebagai hak khusus yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha terhadap sistem usaha dengan karakteristik usaha untuk memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti. berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain. Untuk itu perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam perjanjian waralaba, sangatlah penting. Konsep bisnis franchise menjadi salah satu pusat perhatian yang memberikan terobosan baru dalam dinamika perekonomian Indonesia, khususnya sebagai bentuk pengembangan bisnis, mengingat Franchising merupakan bisnis yang telah terbukti keberhasilannya. Begitu banyak usaha yang kemudian diwaralabakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan penelitian kepustakaan, sehingga diperlukan data berupa data kepustakaan berupa bahan hukum.

Kata Kunci : Perjanjian Waralaba, Perlindungan Hukum.

PENDAHULUAN

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 strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut

Received April 30, 2023; Revised Mei 02, 2023; Accepted Juni 11, 2023

* Bonaraja Purba, bonarajapurba@unimed.ac.id

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.

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.

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.

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.

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.

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.

TINJAUAN PUSTAKA

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.

Waralaba (Franchise) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas franchisor dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor dan franchisor memberikan bantuan (assistance) terhadap franchisee. Sebagai imbalannya franchisee membayar sejumlah uang berupa initial fee dan royalti. (Suharnoko, 2004)

Franchising (pewaralabaan) adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian Franchising adalah salah satu cara yang sama kuat dan strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Sistem ini bahkan dianggap memiliki banyak kelebihan, terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia, dan manajemen. Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchisee.

Franchise Waralaba (Franchise) berasal dari bahasa Perancis, yaitu franchir yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak (Salim, 2003). PH. Collin, dalam Law

Dictionary memberikan definisi franchise sebagai, License to trade using and paying a royalty for it dan Franchising sebagai act of selling a license to trade as a Franchisee (Gunawan, 2002). Definisi tersebut menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan royalti.

Dengan pemberian royalti berarti ada pemberian lisensi yang merupakan, suatu bentuk hak untuk melakukan satu atau serangkaian tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh mereka yang berwenang dalam bentuk izin. Tanpa adanya izin tersebut, maka tindakan atau perbuatan tersebut merupakan tindakan atau perbuatan yang terlarang, yang tidak sah yang merupakan perbuatan melawan hukum. (Gunawan, 2001)

Pasal 1 ayat (1) Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, Waralaba (franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak 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. Dari definisi Keputusan Menteri Perdagangan di atas, maka unsur-unsur yang dapat dirumuskan dari Waralaba adalah 1) adanya perikatan; 2) adanya hak dan pemanfaatan dan/atau penggunaan; 3) adanya objek, yaitu hak atas kekayaan intelektual atau penemuan baru atau ciri khas usaha; 4) adanya imbalan atau jasa; dan 5) adanya persyaratan dan penjualan barang.

Bidang usaha Waralaba (Franchise) di Indonesia diatur dalam Buku ke III Kitab Undang Undang Hukum Perdata sebagai aturan umum dan Peraturan Pemerintah RI. tanggal 23 Juli 2007 No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/ 2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan pemerintahan nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba, Waralaba (Franchise) diartikan sebagai: 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. Pasal 4 Peraturan Pemerintahan

nomor 42 tahun 2007 menyatakan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Menurut pasal 7 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 jo pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis wajib didaftarkan kepada Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan dalam hal Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri wajib dan Kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab dibidang perdagangan daerah setempat dalam hal Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri dan Dalam Negeri wajib, paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya perjanjian franchise untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Pendaftaran ini dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara waralaba. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) berlaku untuk jangka waktu 5 tahun dan dapat diperpanjang jika jangka waktu perjanjian waralaba masih berlaku. Jika franchisor memutuskan perjanjian franchise sebelum berakhir masa berlakunya dan kemudian menunjuk franchisee baru, maka penerbitan STPUW bagi franchisee baru hanya akan diberikan jika franchisor telah menyelesaikan seluruh permasalahan yang timbul sebagai akibat pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (clean break). Demikian sanksi yang diberikan oleh Pasal 14 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/MDAG/PER/3/2006.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian juga dapat diartikan sebagai cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dikembangkan untuk memperoleh pengetahuan dengan menggunakan prosedur yang reliabel dan terpercaya. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kepustakaan.

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informmasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

Dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum HAKI Bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam Perjanjian Waralaba

Konsep waralaba atau franchise muncul sejak 200 tahun sebelum Masehi. Saat itu, seorang pengusaha Cina memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu. Kemudian, di Prancis pada tahun 1200-an, penguasa negara dan penguasa gereja mendelegasikan kekuasaan mereka kepada para pedagang dan ahli pertukangan melalui apa yang dinamakan "diartes de franchise", yaitu hak untuk menggunakan atau mengolah hutan yang berada di bawah kekuasaan negara atau gereja. Sebagai imbalannya, penguasa negara atau penguasa gereja menuntut jasa tertentu atau uang. Pemberian hak tersebut diberikan juga kepada para pedagang dan ahli pertukangan untuk penyelenggaraan pasar dan pameran, dengan imbalan sejumlah uang. Namun, sebenarnya waralaba dengan pengertian yang kita kenal saat ini berasal dari Amerika Serikat.

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 atau 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.

Pada awalnya, istilah franchise tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga franchise sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi yang melanda di berbagai bidang, maka franchise kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Istilah franchise selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah franchise dialih bahasakan ke dalam Bahasa Indonesia dengan padanan kata "waralaba" yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata "wara" (lebih atau

istimewa) dan "laba" (untung) sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.

Waralaba pada dasarnya menurut Yuswa sebagaimana dikutip Adrian Sutedi adalah sistem atau cara pemasaran distribusi barang dan atau jasa, di mana melalui sistem ini pihak franchisor (pemberi waralaba) memberikan hak-hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya kepada pihak franchisee untuk melaksanakan usaha pemasaran barang dan/atau jasa dalam jangka waktu dan tempat tertentu dengan cara/sistem berusaha sesuai perjanjian dan disertai, fee atau imbalan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan hak-hak atas kekayaan intelektual, antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan hak paten. Sedangkan yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha, antara lain ialah sistem manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

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. 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.

Bila mengacu pada WIPO (World Intellectual Property Organization) dan Paris Convention 1886 maka pada umumnya HKI (Hak milik intelektual/intellectual property right) dikelompokkan dalam :

a. Yang berkaitan dengan industri (Industrial Property), yaitu : paten, merek, nama perusahaan, persaingan curang, rahasia dagang (Undisclosed Information).

b. Yang berkaitan dengan estetika, yaitu hak cipta.

Dengan demikian hak cipta berada di luar cabang HKI, karena tidak berkaitan dengan kegiatan industri. Akan tetapi, kecenderungan saat ini pembidangan di atas tidak dapat lagi dipertahankan secara ketat, hal itu dikarenakan saat ini sering terjadi keterkaitan antar cabang HKI. Misalnya keterkaitan antara hak cipta dengan merek yang terjadi pada produk-produk dengan merek Mickey Mouse, Donald Duck, Snoopy, Dragon Ball. Keterkaitan antara hak cipta dengan paten pada ciptaan program komputer. Keterkaitan antara hak cipta dengan rahasia dagang pada ciptaan database. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada saat ini keterkaitan antara satu cabang HKI dengan cabang HAKI yang lain sudah seringkali terjadi sehingga pemisahan seperti di atas sulit dipertahankan lagi.

Apabila ditinjau 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 (good will) tertentu. Citra atau nama baik diperlukan dalam dunia bisnis, di mana unsur persaingan serta upaya merebut pangsa pasar memegang peran yang amat besar.

Dengan menggunakan nama perniagaan, merek, serta sistem eksploitasi yang sama, maka usaha yang dimiliki franchisee (penerima waralaba) mendapatkan citra serta nama baik franchisor (pemberi waralaba) yang telah tertanam secara kokoh di masyarakat. Oleh karena itu, franchisee tidak perlu membangun sendiri citra serta nama baik yang sangat dibutuhkan dalam persaingan pangsa pasar. Demikian juga jika seorang konsumen membeli barang dan/atau jasa dari suatu franchisee (penerima waralaba), maka sebenarnya ia membeli suatu citra tertentu. Selain itu, konsumen tersebut juga mengharapkan dapat memperoleh standar mutu yang telah ia kenal sebelumnya.⁵⁹ Sebagai contoh, Kentucky Fried Chicken, di mana pun seseorang membelinya mengharapkannya serta seyogyanya memperoleh barang dengan mutu, rasa, dan layanan yang sama.

Sebaliknya franchisor (pemberi waralaba) mendapatkan imbalan atas penggunaan nama perniagaan, merek, serta sistem eksploitasi dengan menerima pembayaran sejumlah uang tertentu (royalti) dari franchisee (penerima waralaba), baik pada saat ditandatanganinya perjanjian waralaba, maupun selama perjanjian itu berlangsung. Bagi franchisor (pemberi waralaba), waralaba juga berperan untuk memperluas kegiatan usaha tanpa investasi sendiri.

Sebagaimana yang telah diulas di atas 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 demikian Perjanjian Waralaba mengakibatkan adanya pemberian hak untuk menggunakan sistem waralaba yang mengandung hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba.

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:

1. Pemberian Hak Franchise
2. Lokasi, Counter dan Masa Percobaan
3. Jangka Waktu Franchise
4. Biaya Franchise dan Cara Pembayaran
5. Pelatihan
6. Laporan Keuangan dan Laporan Operasional
7. Kunjungan Pemeriksaan dan Evaluasi Kerja
8. Perubahan dan Persetujuan
9. Pemberitahuan
10. Pencegahan Kecelakaan
11. Pemeliharaan Citra
12. Kewajiban Para Pihak
13. Berakhirnya Perjanjian
14. Wanprestasi dan Pembatalan Perjanjian

15. Force Majeur

16. Lain-lain

17. Penutup

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:

1. 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:

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau kertertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa 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.

2. 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".

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.

Di samping itu, siapa pun yang melanggar hak pemegang paten dengan melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 dapat dituntut secara pidana, yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Pada paten sederhana, apabila melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah). Hal ini dijelaskan dalam Pasal 130 Undang-Undang Paten.

Pasal 66 Undang-Undang Paten menjelaskan bahwa suatu paten dapat beralih atau dialihkan baik seluruhnya maupun sebagian karena pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis; atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

3. Hak Cipta

Pengaturan hak cipta dijumpai dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2002. 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".

Waralaba juga melibatkan pemberian confidential information dan know how; dari pihak franchisor kepada franchisee. 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 meracikannya. Semuanya bergantung pada isi perjanjian waralaba.

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.

Waralaba sebagai suatu konsep bisnis yang intinya adalah terkadungya HAKI dalam usaha tersebut. Oleh karena itu menurut penulis peraturan perundang-undang di Indonesia mewajibkan suatu waralaba mendaftarkan HAKI-nya. Ketentuan ini bersifat tegas mengingat setiap waralaba yang HAKI tidak terdaftar tidak dapat melakukan usahanya. Sehingga pendaftaran HAKI suatu waralaba adalah keharusan di Indonesia, sebagai bentuk perlindungan hukum bagi pelaku bisnis waralaba dan masyarakat.

Secara umum, pendaftaran merupakan salah satu syarat kekayaan intelektual yang dihasilkan oleh seseorang. Beberapa cabang HKI yang mewajibkan seseorang untuk melakukan pendaftaran adalah Merek, Paten, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Perlindungan Varietas Tanaman. Prinsip ini men dasari semua UU HKI di seluruh dunia dan membawa konsekuensi bahwa pemilik kekayaan intelektual yang tidak melakukan pendaftaran tidak dapat menuntut seseorang yang dianggap telah rnenggunakan kekayaannya secara melawan hukum. Beberapa pengecualian diberikan oleh hukum nasional negara tertentu yang dapat melakukan tuntutan terhadap pelanggaran hukum terkait kekayaan intelektual meskipun kekayaan intelektualnya belum terdaftar. Contohnya adalah negara-negara Common Law dapat menggunakan passing off terhadap kasus pelanggaran merek yang tidak terdaftar. Selain aturan umum ini, dua cabang HKI lainnya, yaitu Hak Cipta dan Rahasia Dagang tidak wajib didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum karena sifatnya yang berbeda dengan cabang-cabang HKI lainnya. Perlindungan hak cipta lahir pada saat ide telah

diwujudkan ke dalam bentuk nyata (fixation). Oleh karena itu, hak cipta tidak perlu didaftarkan.

HAKI sebagai sebuah konsep berasal dan berkembang di negara barat. Oleh karena itu, manfaat sistem HKI lebih sering didengungkan oleh negara-negara maju selaku produsen atau penghasil HAKI. Kebanyakan argumen yang diajukan sebagai pembenar terhadap sistem HAKI didasarkan pada perspektif pembangunan ekonomi, peningkatan inovasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Hambatan dalam Perlindungan Hukum HAKI dalam Perjanjian Waralaba

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, maka anggapan penerima waralaba dilarang mengalihkan know how yang diterimanya kepada pihak lain menjadi kurang tepat, sebab Pasal 3 Permendag tersebut membolehkan perjanjian waralaba disertai pemberian hak untuk membuat perjanjian waralaba lanjutan. Artinya, pendapat yaitu secara absolut menolak penerima waralaba untuk mengalihkan know how (salah satu elemen dalam HaKI) yang diterimanya kepada pihak lain, bertentangan dengan Permen. Hal ini di dasarkan pada pemikiran bahwa Permendag memberikan opsi (bukan larangan) para pihak, yaitu apakah penerima waralaba dilarang atau diperkenankan membuat perjanjian waralaba lanjutan. Jika ada kewajiban bagi penerima waralaba untuk merahasiakan serta tidak memberitahukan kepada pihak ketiga apa yang diperolehnya dari franchisor, maka dalam perjanjian harus dicantumkan keterangan-keterangan apa sajakah yang harus diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

Pada saat pemberi waralaba terikat pada suatu perjanjian waralaba dengan penerima waralaba, pemberi waralaba tidak diperkenankan untuk mewaralabakan produk atau jasa yang sama dengan merek dagang yang sama kepada penerima waralaba lainnya di lokasi-lokasi yang berdekatan. Apabila hal tersebut terjadi dapat mengakibatkan persaingan antarunit waralaba di lokasi-lokasi tersebut. Pembatasan ini juga berlaku bagi penerima waralaba terhadap penerima waralaba lanjutan.

Dalam pemberian hak eksklusif untuk mempergunakan dan/atau memasarkan produk atau jasa di daerah tertentu, para pihak juga harus mempertimbangkan peraturan-peraturan yang berkenaan dengan persaingan usaha tidak sehat. Suatu hak eksklusif untuk mempergunakan dan/atau memasarkan produk atau jasa dapat termasuk ke dalam kategori

kegiatan-kegiatan yang dilarang berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang bertujuan untuk menghapuskan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia.

Jika pemberi waralaba mengakhiri perjanjian waralaba sebelum jangka waktunya berakhir, maka pemberi waralaba dapat membuat perjanjian waralaba lain apabila semua masalah yang timbul dari perjanjian yang berakhir tersebut telah diselesaikan dan dinyatakan dengan jelas dalam suatu surat pernyataan bersama antara para pihak yang terlibat.

Dengan demikian, pada dasarnya waralaba berkenaan dengan pemberian izin oleh pemberi waralaba kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi penggunaan hak-hak pemilik waralaba yang berada di bidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadang kala disebut dengan pemberian lisensi.

Perjanjian lisensi biasa tidak sama dengan perjanjian waralaba. Pada perjanjian lisensi biasa hanya meliputi satu bidang kegiatan saja, misalnya pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu atau pun lisensi pembuatan satu/beberapa jenis barang tertentu. Sedangkan pada perjanjian waralaba, pemberian lisensi melibatkan pberbagai macam hak milik intelektual, seperti nama perniagaan, merek, model dan desain.

Sebenarnya waralaba memiliki ruang lingkup yang lebih luas dari sekedar pemberian izin lisensi penggunaan atau penjualan atau pembuatan satu atau beberapa jenis barang tertentu saja.

Selain hal tersebut di atas, apabila dalam perjanjian waralaba tidak diikuti dengan perjanjian antara karyawan dengan perusahaan penerima waralaba untuk melindungi rahasia dagang maka hal ini akan menjadi permasalahan tersendiri. Dalam keadaan ini penerima waralaba mungkin saja tidak melakukan pelanggaran HAKI akan tetapi karyawan adalah pihak ketiga yang akan berpotensi untuk melakukan peniruan terhadap ciri khas dari pemberi waralaba, mengingat karyawan dari perusahaan waralaba juga mengetahui secara persis rahasia dagang dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu maka sebaiknya dilakukan pula perjanjian antara perusahaan dan karyawan untuk melindungi rahasia dagang suatu waralaba.

Untuk itu menurut penulis seharusnya dibuat pula perjanjian antara karyawan dengan perusahaan penerima waralaba untuk melindungi rahasia dagang. Perjanjian tersebut di antara harus memuat kesepakatan sebagai berikut:

1. Karyawan harus dari waktu ke waktu dan/atau berdasarkan waktu yang ditentukan oleh perusahaan. secara lengkap memberitahukan dan memaparkan kepada perusahaan, secara tertulis, seluruh hasil karya, pekerjaan, penemuan, desain, perbaikan dalam bentuk apapun, yang telah dibuat, dihasilkan dan/atau dikembangkan oleh karyawan. (termasuk dari mana sebelum perjanjian ini diadakan) - dan/atau yang kelak akan dibuat, dihasilkan dan/atau dikembangkan oleh karyawan, selama masa karyawan bekerja di perusahaan, yang berhubungan dengan usaha-usaha yang dijalankan oleh perusahaan dan/atau setiap pekerjaan atau usaha yang dijalankan oleh perusahaan. Hal ini selanjutnya disebut sebagai "Invensi"
2. Perjanjian ini berlaku terhadap semua invensi yang telah dan/atau akan dibuat, dihasilkan dan/atau, baik yang memenuhi atau tidak memenuhi persyaratan dalam hak paten, hak cipta, hak merek, rahasia dagang atau perlindungan hukum lainnya baik yang telah dibuat, dihasilkan dan/atau dikembangkan selama dan/atau di luar jam kerja reguler di perusahaan: Baik yang telah dibuat, dihasilkan dan/atau dikembangkan dengan menggunakan fasilitas perusahaan atau di luar fasilitas Perusahaan.
3. Seluruh Invensi akan menjadi Hak milik tunggal dan eksklusif dari perusahaan dan berkaitan dengan tujuan perjanjian ini akan dianggap sebagai bagian dari INFORMASI RAHASIA DAGANG, baik yang telah atau belum diwujudkan dalam bentuk nyata.
4. Karyawan setuju bahwa setiap Invensi akan dianggap sebagai PENEMUAN ATAU CIPTAAN YANG DIBUAT DALAM HUBUNGAN KERJA ATAU BERDASARKAN PESANAN (Work Made For Hire) dan perusahaan akan dianggap sebagai penemu atau pencipta dari ciptaan tersebut. Dalam situasi di mana suatu Invensi atau ciptaan ditetapkan bukan sebagai PENEMU ATAU CIPTAAN YANG DIBUAT DALAM HUBUNGAN KERJA ATAU BERDASARKAN PESANAN (Work Made For Hire), maka karyawan, tanpa dapat mencabut kembali, menyerahkan dan menstansfer seluruh hak kepemilikan atas ciptaan tersebut kepada perusahaan.
5. Karyawan akan membantu dan bekerjasama dengan perusahaan baik selama masa karyawan bekerja di perusahaan dan/atau setelah karyawan tidak lagi bekerja di perusahaan, dengan tanggungan biaya secara penuh dari perusahaan, agar perusahaan mendapatkan dan memiliki seluruh hak paten, hak cipta, hak merek, rahasia dagang atau perlindungan hukum lainnya sehubungan dengan Invensi tersebut.

6. Karyawan akan menandatangani semua dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Invensi dan melakukan hal-hal yang dianggap perlu dalam rangka mendapatkan perlindungan hukum bagi Invensi tersebut dan menyerahkan hak kepemilikan secara penuh dan eksklusif kepada perusahaan untuk seluruh Invensi, dalam menghadapi gugatan-gugatan hukum apapun dari pihak pihak lain terhadap perusahaan.
7. Karyawan tidak akan mendapatkan kompensasi tambahan dalam bentuk apapun atas setiap dan seluruh Invensi yang dihasilkan karyawan bekerja di perusahaan.
8. Karyawan menyatakan bahwa selama masa karyawan bekerja di perusahaan, karyawan tidak pernah dan/atau tidak akan membeberkan kepada perusahaan, rahasia dagang apapun, informasi rahasia dan/atau informasi yang menjadi hak milik pihak manapun juga, secara umum tidak beredar secara luas di khalayak luas dan publik. Karyawan menyatakan bahwa seluruh tindakan yang diisyaratkan oleh perjanjian ini untuk dijalankan oleh karyawan, dan dalam kapasitas kewajiban sebagai Karyawan di perusahaan, tidak akan melanggar Perjanjian Larangan Pengungkapan Informasi Rahasia (Confidentiality or Non Disclosure Agreement). Perjanjian Penyerahan Hak atas Kekayaan Intelektual (Assignment of Intellectual Property Rights Agreement) dan/atau perjanjian-perjanjian lainnya dengan siapapun yang pernah mempergunakan jasa karyawan sebelumnya, baik karyawan berposisi sebagai tidak terbatas pada karyawan, konsultan, kontraktor. Karyawan akan menanggung segala tanggung jawab dan melepaskan perusahaan dari segala tuntutan yang mungkin muncul dari pihak manapun di kemudian hari.
9. Penalti berbentuk ganti rugi sebesar jumlah tertentu akan dikenakan terhadap Karyawan dalam situasi di mana Karyawan melakukan pelanggaran terhadap isi dari perjanjian ini.
10. Karyawan menyetujui dan memberikan izin kepada perusahaan untuk menotifikasi perusahaan baru tempat Karyawan bekerja atau kepada siapapun yang mempekerjakan karyawan di kemudian hari, akan adanya kewajiban-kewajiban dari karyawan terhadap perusahaan, sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian ini.
11. Setiap klausul dalam perjanjian ini dan klausul dalam perjanjian ini secara keseluruhan akan mempunyai kekuatan hukum yang mengikat secara penuh terhadap pihak pewaris, eksekutor, administrator dan perwakilan hukum lainnya dari pihak karyawan. Hal tersebut dimaksudkan bagi keutuhan penjagaan kepentingan perusahaan, para pengganti yang akan

menduduki jabatan penting di perusahaan dan bagi orang-orang atau lembaga-lembaga atau bentuk-bentuk entitas lainnya yang ditunjuk perusahaan.

12. Karyawan menyatakan bahwa karyawan cakap menurut hukum dan berhak untuk menjadi pihak dalam perjanjian ini.

13. Setiap klausul dalam perjanjian ini adalah terpisah dan berdiri sendiri. Apabila ada klausul yang dinyatakan tidak berlaku atau tidak dapat melaksanakan menurut hukum yang berlaku, maka klausul-klausul lainnya tidak akan terpengaruh dan klausul yang dinyatakan tidak berlaku atau tidak dapat melaksanakan menurut hukum akan diubah agar menjadi sah dan dapat dilaksanakan semaksimal mungkin menurut hukum.

14. Perjanjian ini dibuat dan berlaku berdasarkan hukum yang berlaku di Republik Indonesia.

15. Dengan ditandatanganinya perjanjian ini secara sah oleh kedua belah pihak, maka semua perjanjian sejenis sebelumnya, baik yang secara lisan dan/atau tertulis, dianggap tidak berlaku lagi.

16. Ketentuan lainnya yang belum diatur dalam perjanjian ini akan diatur dalam addendum atau perjanjian terpisah, disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, dan merupakan satuan kesatuan bagian yang tidak terpisahkan dengan perjanjian ini.

Hambatan lainnya yang dapat terjadi dalam Perjanjian Waralaba menurut penulis, adalah pada saat pelaku usaha baru pertama kali melakukan usaha waralaba, baik dalam kapasitas sebagai pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Hambatan tersebut dapat terjadi oleh karena para pihak belum memahami aspek-aspek hukum dari waralaba, sehingga tidak memiliki pedoman yang baik. Keadaan ini dapat berdampak pada perlindungan hukum HAKI dalam waralaba, mengingat pelaku usaha tidak menyadari arti penting dari perlindungan HAKI tersebut sebagai inti dari suatu waralaba. Ketidaktahuan para pelaku usaha waralaba dapat terlihat dalam penyusunan Perjanjian Waralaba, dimana dalam Perjanjian Waralaba tersebut, tidak terdapat klausula khusus yang mengatur tentang perlindungan HAKI dari waralaba tersebut. Dengan demikian akan terdapat kelemahan dari Perjanjian tersebut, yang akan sangat mungkin dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu yang berakibat terjadinya permasalahan hukum, khususnya pelanggaran HAKI, seperti rahasia dagang suatu waralaba.

Permasalahan ini akan teratasi apabila pelaku usaha waralaba memakai jasa konsultan untuk mendampingi dalam melakukan negosiasi bisnis dan pembuatan perjanjian. Penulis

melihat arti penting seorang notaris dalam merumuskan Perjanjian Waralaba, agar dapat menjadi suatu perjanjian yang seimbang dan mampu memberikan perlindungan hukum bagi pihak yang membuatnya, khususnya dalam bidang HAKI. Oleh karena itu untuk dapat berjalannya suatu bisnis waralaba dengan baik maka para pelakunya harus mempergunakan konsultan ahli waralaba dan konsultan hukum atau notaris, untuk menghindari terjadinya permasalahan hukum dikemudian hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

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. Selain hal tersebut secara yuridis 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.

Apabila dalam perjanjian waralaba tidak diikuti dengan perjanjian antara karyawan dengan perusahaan penerima waralaba untuk melindungi rahasia dagang maka hal ini akan menjadi permasalahan tersendiri. Dalam keadaan ini penerima waralaba mungkin saja tidak melakukan pelanggaran HAKI akan tetapi karyawan adalah pihak ketiga yang akan berpotensi untuk melakukan peniruan terhadap cirri khas dari pemberi waralaba, mengingat karyawan dari perusahaan waralaba juga mengetahui secara persis rahasia dagang dari perusahaan tersebut.

Untuk lebih memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pemilik HAKI dalam Perjanjian waralaba sebaiknya selalu dicantumkan klausula yang mengatur tentang perlindungan HAKI yang memuat batasan-batasan yang harus dipatuhi penerima waralaba.

Dan perusahaan disarankan juga untuk membuat perjanjian tambahan dengan karyawan untuk melindungi HAKI tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Rooseno Harjowidigno, 1993. Aspek-aspek Hukum tentang Franchising, Seminar Ikadin, Oktober, Surabaya.
- S. Fox, 1993, Seri Bisnis : Membeli dan Menjual Bisnis dan Franchise, Media Komputindo, Jakarta.
- Setiawan, 1992, Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata, PT Alumni, Bandung.
- _____, 1991, Segi-segi Hukum Trade Mark dan Licensing, Varia Peradilan No. 70, Juni 1991.
- Soerjono Soekanto, 1986. Pengantar Penelitian Hukum, Cetakan 2, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- T. Guritno, 1992. Kamus Ekonomi Bisnis Perbankan, Cetakan I, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Tomi Suryo Utomo, 2009, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global, Sebuah Kajian Kontemporer, Graha Ilmu, Yogyakarta.