

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP  
PENGGUNA *FRANCHISE (FRANCHISEE)* DAN  
PEMILIK *FRANCHISE (FRANCHISOR)* DALAM  
PERJANJIAN *FRANCHISE* DI INDONESIA<sup>1</sup>**

Oleh : Nurlaila Albanjar<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui aspek hukum apa yang terkait dalam kegiatan bisnis *franchise* di Indonesia dan bagaimana perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* di Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Aspek-aspek hukum yang terkait dalam kegiatan bisnis *franchise* di Indonesia adalah aspek hukum perjanjian, aspek hukum legalitas usaha, aspek hukum hak cipta dan aspek hukum merek. Aspek hukum yang paling pokok adalah aspek hukum perjanjian yang didasarkan pada prinsip kebebasan berkontrak. Aspek hukum legalitas usaha untuk kepentingan kelengkapan usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan. Aspek hukum hak cipta terhadap ciptaan yang dilindungi dan aspek hukum merek terhadap merek-merek dagang yang telah terdaftar. 2. Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* didasarkan pada perjanjian *franchise* yang dibuat secara tertulis yang telah dinegosiasikan terlebih dahulu oleh para pihak dan Undang-undang Merek yakni Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Undang-undang Paten yakni Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 terhadap Merek dan Paten yang telah terdaftar terutama tentang kemungkinan peniruan, pemalsuan ataupun penggunaan secara tidak legal.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Pengguna *Franchise (Franchisee)*, Pemilik *Franchise (Franchisor)*, Perjanjian *Franchise* Di Indonesia

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang**

Secara yuridis, dasar hukum yang mengatur secara khusus mengenai perjanjian *franchise*

atau waralaba ini belum ada termuat dalam satu aturan yang spesifik dalam bentuk perundang-undangan. Namun di Indonesia berlaku dua undang-undang yang menjadi dasar pemberian perlindungan hukum perdata kepada hak milik intelektual perusahaan, yakni undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten (UU Paten) dan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan IG) dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Untuk membantu para pengusaha dalam mendaftarkan hak patennya, di Indonesia terdapat beberapa konsultan paten. Konsultan ini dapat membantu menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk pendaftaran paten dalam perjanjian bisnis *franchise* atau waralaba.

Unsur kepercayaan merupakan hal yang penting utama dalam perjanjian bisnis *franchise* atau waralaba. Kepercayaan dari yang memberi lisensi atau pemilik usaha (*franchisor*) menjadi hal yang terutama setelah kesepakatan kerja dilahirkan atau dibuat dalam sebuah perjanjian. Pada dasarnya bentuk ukuran, format, atau media apapun yang digunakan dalam pembuatan suatu perjanjian, tidaklah menjadi alasan hukum terhadap keabsahan dari suatu kontrak. Dengan pengertian bahwa perjanjian yang dibuat tersebut tetap sah dan mengikat kedua belah pihak sepanjang kontrak tersebut memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat-syarat sahnya suatu perjanjian.

Pada prinsipnya, para pihak dalam membuat suatu perjanjian bisnis, bebas mengatur sendiri perjanjian tersebut sesuai dengan asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata.<sup>3</sup> Pasal 1338 ayat (1) menentukan bahwa semua kontrak yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sebelum suatu perjanjian bisnis internasional dibuat, biasanya akan didahului dengan suatu pembicaraan pendahuluan serta pembicaraan-pembicaraan tingkat berikutnya (negosiasi/komunikasi) untuk mematangkan

<sup>1</sup> Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing : Engelin R. Palandeng, SH, MH; Hendrik Pondaag, SH, MH

<sup>2</sup> Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 14071101275

<sup>3</sup> M. Fuady, *Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2001, hlm. 27.

kemungkinan- kemungkinan yang terjadi, sehingga perjanjian atau kontrak yang akan ditandatangani oleh para pihak betul-betul telah matang, jelas dan lengkap.<sup>4</sup>

Perjanjian *franchise* merupakan suatu lisensi dari pemilik merek dagang (*franchisor*) misalnya Kentucky Fried Chicken yang membolehkan pihak lain (*franchisee*) untuk mempergunakannya. Setiap pengguna *franchise* (*franchisee*) mendapat dukungan dari pemilik *franchise* (*franchisor*) dan pada saat yang sama memiliki keuntungan sendiri.

Perjanjian *franchise* atau waralaba yang merupakan perjanjian kerjasama antar *franchisor* dan *franchisee* pada hakekatnya unik. Kreativitas dari *franchisor* dalam mendesain paket usahanya merupakan hasil karya intelektual, sehingga dalam perjanjian *franchise* ini baik *franchisee* maupun *franchisor* memerlukan perlindungan hukum, yang merupakan tajuk yang menarik untuk dibahas.

Dari uraian di atas telah mendorong penulis untuk menulis skripsi ini dengan judul : "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Franchise (*Franchise*) Dan Pemilik Franchise (*Franchisor*) Dalam Perjanjian Franchise Di Indonesia".

## B. Perumusan Masalah

1. Aspek hukum apa yang terkait dalam kegiatan bisnis *franchise* di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* di Indonesia?

## C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal.<sup>5</sup> Pada penelitian hukum normatif acapkali hukum diharapkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.<sup>6</sup> Untuk menghimpun data digunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu

dengan mempelajari kepustakaan hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan, himpunan peraturan perundang-undangan, artikel-artikel hukum dan berbagai sumber tertulis lainnya.

## PEMBAHASAN

### A. Aspek-Aspek Hukum Bisnis *Franchise*

Pada dasarnya aspek hukum yang paling pokok dalam bisnis *franchise* atau waralaba adalah aspek hukum perjanjian. Namun demikian, terdapat beberapa aspek hukum yang timbul dan adanya hubungan bisnis *franchise* seperti aspek hukum legalitas usaha, aspek hukum hak cipta dan merek. Meskipun bisnis *franchise* berasal dari luar negeri sehingga terdapat perbedaan sistem hukum yang berlaku di negara asal *franchisor* dengan sistem hukum di Indonesia yang berlaku bagi *franchisee* di Indonesia, bukan merupakan hambatan bagi berkembangnya bisnis *franchise* di Indonesia. Hal ini termanifestasikan berkat adanya ketentuan Pasal 1338 KUHPerduta yang menganut prinsip kebebasan berkontrak.

Pada dasarnya sistem bisnis *franchise* ini adalah suatu sistem yang mengandalkan pada adanya kesuksesan terlebih dahulu. Dalam hal ini, harus terlebih dahulu adanya kesuksesan *franchisor* dalam menjalankan usahanya, di mana diketahui bahwa kesuksesan tersebut tidak diperoleh dengan mudah, tetapi diraih dengan kerja keras, bahkan melalui berbagai riset yang akhirnya melahirkan kesuksesan di pasaran.

Dengan adanya kesuksesan dari pihak *franchisor* dalam melakukan usahanya, yang ditandai dengan merek dan logo yang terkenal serta telah mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, maka pihak *franchisee* yang mau melakukan usaha tanpa harus bersusah payah melakukan riset terhadap produk barang dan jasa yang sama dengan produk barang dan jasa yang sama dengan yang dimiliki pihak *franchisor*, dapat melakukan hubungan kerja sama dalam bentuk kontrak *franchise*.

### B. Perlindungan Hukum Terhadap *Franchisee* Dan *Franchisor*

Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* atau waralaba sangat diperlukan karena pada

<sup>4</sup> Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2007, hlm. 27.

<sup>5</sup> Aminudin, dan H. Zainal Abidin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 118.

<sup>6</sup> *Loc-cit.*

hakekatnya perjanjian *franchise* atau waralaba unik. Kreativitas dari *franchisor* dalam mendesain paket usahanya dan sistem kerja sama merupakan hasil karya intelektual. Keunikan sistem ini memerlukan perlindungan hukum.

Perlindungan hukum terhadap franchisee dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* sangat penting karena perjanjian *franchise* akan terwujud, apabila:<sup>14</sup>

- a. Ada paket usaha yang ditawarkan oleh *franchisor* atau perusahaan induk.
- b. *Franchisor* adalah pemilik usaha.
- c. Ada kerjasama antara *franchisee* dan *franchisor* dalam pengelolaan unit usaha.
- d. Ada kontrak tertulis yang mengatur kerja sama antara *franchisor* dan *franchisee*.

Perlindungan hukum dalam perjanjian *franchise* atau waralaba terkait erat sifat perjanjian antara lain:<sup>15</sup>

- a. Ada kepentingan bersama
- b. Bersifat hubungan jangka panjang
- c. Meliputi hubungan yang mencakup banyak segi
- d. Mempunyai interaksi hubungan yang tinggi
- e. Sistem yang mengatur kerja sama
- f. Ada keuntungan timbal balik
- g. Menuju hubungan sating bergantung atau kemitraan

Pada prinsipnya apa yang disepakati oleh kedua belah pihak itulah yang akan mengikat dan perlu perlindungan hukum. Dalam perjanjian tentu harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut:<sup>16</sup>

1. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu kontrak yang disahkan secara hukum.
2. Kesepakatan kerjasama ini menjelaskan secara rinci segala hak, kewajiban dan tugas dari pemilik (*franchisor*) dan pengguna (*franchisee*).
3. Masing-masing pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk

beberapa negara dijadikan syarat, untuk mendapatkan nasihat dari ahli hukum yang kompeten, mengenai isi dari perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya.

4. Tiga prinsip dari suatu perjanjian *franchise* :

- a. Harus jujur dan jelas.
- b. Tiap pasal dalam perjanjian harus adil.
- c. Isi dari perjanjian dapat dipaksakan berdasarkan hukum.

Saat ini pengembangan usaha melalui sistem *franchise* imtlai banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dalam rangka membantii pengembangan Usaha melalui sistem *franchise* tersebut, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan Republik Indonesia, menugaskan Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (IPPM) untuk mengadakan suatu penelitian mengenai kebijakan-kebijakan yang perlu diambil untuk membina, mengembangkan dan melindungi usaha *franchise* di Indonesia.

Sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi, *franchise* atau waralaba merupakan suatu alternatif lain di samping saluran konvensional yang dimiliki perusahaan sendiri. Cara ini memungkinkan untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil tanpa harus membutuhkan investasi besar-besaran dari perusahaan induknya.

Akibat kebutuhan investasi yang terus meningkat untuk mengembangkan usaha eceran, *franchise* tampaknya memberikan cara yang dapat digunakan bagi para pengecer spesialis untuk mengembangkan diri di masa yang akan datang.

Dalam era globalisasi dewasa ini, perkembangan bisnis *franchise* tampak semakin menakjubkan. Dalam waktu yang relatif singkat jumlah perusahaan yang melibatkan diri dalam pemanfaatan sistem *franchise* bertambah banyak.

Sebagai pranata sosial dalam kehidupan ekonomi, kehadiran bisnis *franchise* atau waralaba di Indonesia masyarakat lebih mengenal istilah *franchise* dari pada waralaba.

<sup>14</sup> Sutantio, *Berbisnis Waralaba Murah*, Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta, 2006, hlm. 36.

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 37.

<sup>16</sup> B. Seseno, *Sukses Usaha-usaha Waralaba*, Cakrawala, Yogyakarta, 2007, hlm. 36.

Perjanjian *franchise* merupakan pedoman hukum yang menggariskan tanggungjawab dari Pemilik *franchise* atau yang disebut *franchisor* dan pemegang *franchise* atau yang disebut *franchisee*. Setiap *franchisor* pada umumnya mempunyai suatu standar perjanjian yang ditawarkan pada calon *franchisee* untuk dapat disepakati, di mana bentuk kontrak yang telah dibuat oleh *franchisor* ini disusun oleh para ahli hukumnya sehingga substansinya sebagian besar menguntungkan *franchisor* atau minimal tidak merugikannya serta dapat melindunginya.

Di Indonesia sampai saat ini belum terdapat perundang-undangan yang secara khusus mengatur tentang kontrak bisnis *franchise* ini. Sehingga praktek yang dilakukan selama ini masih didasarkan pada kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerja sama. Hal ini dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* berdasarkan atas asas kebebasan berkontrak seperti yang tertuang dalam Pasal 1338 KUHPerduta. Karena kontrak *franchise* hanya didasarkan pada kontrak kerja sama, maka kedua belah pihak harus benar-benar ekstra hati-hati terhadap hal-hal yang akan disepakati.

Ketiadaan peraturan hukum yang secara khusus mengatur tentang perjanjian *franchise* di Indonesia, mengharuskan pemerintah Indonesia untuk mengambil kebijakan-kebijakan dalam rangka pembinaan, pengembangan bisnis *franchise* ini serta aspek-aspek hukumnya.

Sudargo Gautama mengatakan, memang tak satupun dalam praktek perjanjian *franchise* yang dilakukan di Indonesia terdaftar, umumnya hanya ada kontrak di bawah tangan atau paling tidak kontrak di hadapan Notaris. Masalahnya di dalam praktek seringkali *franchisor* dan *franchisee* tidak menyebut secara tegas kontrak yang dibuat sebagai *franchise agreement*.<sup>17</sup>

Dalam rangka lebih memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan alih teknologi, maka dipandang perlu mengembangkan kegiatan waralaba.

Bahwa untuk menciptakan tertib usaha dengan cara waralaba serta upaya perlindungan terhadap konsumen, maka

dipandang perlu menetapkan ketentuan tentang kegiatan usaha cara waralaba sehingga pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Usaha Waralaba.

Dalam rangka untuk memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum serta perlindungan hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba, maka diperlukan upaya pengaturan, pembinaan dan pengembangan waralaba dalam suatu Peraturan Pemerintah. Di mana ketentuan ini dimaksudkan agar pemberi waralaba dan penerima waralaba memiliki dasar awal yang kuat dalam mejakukah kegiatan waralaba secara sehat dan terbuka serta mendapatkan perlindungan hukum.

Untuk dapat meningkatkan mutu hasil produksi dalam negeri dan cinta produk dalam negeri maka setiap usaha waralaba dianjurkan untuk sebanyak-banyaknya menggunakan produk dalam negeri, dan penggunaan produk luar negeri diperbolehkan sepanjang produk tersebut tidak tersedia.

Penyelenggaraan waralaba pada dasarnya dilakukan secara bertahap terutama di ibukota propinsi. Pengembangan waralaba di luar ibukota propinsi, seperti ibukota Kabupaten/Kotamadya Daerah tingkat II dan tempat-tempat tertentu lainnya yang memerlukan kehadiran jasa waralaba dilakukan secara bertahap dan dengan memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan usaha dan tingkat pertumbuhan sosial dan ekonomi terutama dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

Untuk kepentingan legalitas usaha dan kelengkapan legalitas usahanya, bagi pewaralaba dan terwaralaba di Indonesia diharuskan mempunyai surat izin perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan, berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 09/M/DAG/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan Republik Indonesia.

Selain itu dalam rangka mengembangkan dan mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha waralaba nasional dan meningkatkan peran serta pengusaha kecil dan menengah batik sebagai pemberi waralaba,

<sup>17</sup> Sudargo Gautama, *Masalah-masalah Perdagangan*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2012, hlm. 87.

penerima waralaba maupun pemasok barang dan jasa, maka penerima Waralaba utama yang berasal dari pemberi waralaba luar negeri wajib mendaftarkan perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M/DAG/Per/3/2006 tentang Tata Cara Penerbitan Surat tanda Pendaftaran Usaha Waralaba untuk mendapatkan surat tanda pendaftaran usaha waralaba atau STPUW.

Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* sangat diperlukan, karena perjanjian *franchise* mempunyai karakteristik dasar sebagai berikut :

1. Harus ada suatu perjanjian tertulis, yang mewakili kepentingan yang seimbang antara *franchisor* dengan *franchisee*. Isi perjanjian pada dasarnya dapat dinegosiasi. Isi kontrak hendaknya didasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak.
2. *Franchisor* harus memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang akan dimasukinya. Juga memelihara kelangsungan usaha *franchise* dengan memberikan dukungan dalam berbagai aspek bisnis (misalnya periklanan, supervisi, dan sebagainya).
3. *Franchisee* diperbolehkan (dalam kendali *franchisor*) beroperasi dengan menggunakan nama/merek dagang, format dan atau prosedur, serta segala nama (reputasi) baik yang dimiliki *franchisor*.
4. *Franchisee* harus mengadakan investasi yang berasal dari sumber dananya sendiri atau dengan dukungan sumber dana lain (misalnya kredit perbankan). Pada outlet (tempat penjualan) yang dikelola *franchisee*, tidak ada investasi langsung dari *franchisor*. Yang lazim adalah pengadaan peralatan dengan fasilitas leasing atau barang dagangan secara cicilan oleh *franchisor*, atau pengadaan gedung oleh *franchisor* ke dalam unit usaha yang dikelola *franchisee*.
5. *Franchisee* berhak secara penuh mengelola bisnisnya sendiri.

6. *Franchisee* membayar fee dan atau royalti kepada *franchisor* berhak atas hak yang didapatnya dan atas bantuan yang terus menerus diberikan *franchisor*. Royalti umumnya hanya dikenakan oleh *franchisor* tertentu yang sudah memiliki merek dagang yang terkenal. Sedangkan fee merupakan bentuk beban (*charge*) yang umum dikenakan oleh *franchisor*.
7. *Franchisee* berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu di mana ia adalah satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya.
8. Transaksi yang terjadi antara *franchisor* dengan *franchisee* bukan merupakan transaksi yang terjadi antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.

Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* sangat penting karena setiap hubungan bisnis yang ada selalu saja ada faktor kerugian dan keuntungannya. Demikian juga dengan bisnis *franchise* ada keuntungan dan kerugian yang terjadi di dalamnya. Keuntungan dari bisnis *franchise* dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Diberikannya latihan dan pengarahan yang diberikan oleh *franchisor*. Latihan awal ini diikuti oleh pengawasan yang berlanjut.
2. Diberikannya bantuan finansial dari *franchisor*. Biaya permulaan tinggi, dan sumber modal dari pengusaha sering terbatas. Bila prospek usaha dianggap suatu risiko yang baik, *franchisor* sering memberikan dukungan finansial kepada *franchisee*.
3. Diberikannya penggunaan nama perdagangan, produk atau merek yang telah dikenal. Nama-nama seperti Kentucky Fried Chicken, McDonald, dan A&W tentu telah dikenal secara luas.

Sedangkan kerugian dalam bisnis *franchise* antara lain sebagai berikut :

1. Adanya program latihan yang dijanjikan oleh *franchisor* kadangkala jauh dari apa yang diinginkan oleh *franchisee*.

2. Perincian setiap hari tentang penyelenggaraan perusahaan sering diabaikan.
3. Hanya sedikit sekali kebebasan yang diberikan kepada *franchisee* untuk menjalankan akal budi mereka sendiri. Mereka mendapatkan diri mereka terikat pada suatu kontrak yang melarang untuk membeli baik peralatan maupun perbekalan dari tempat lain.
4. Pada bisnis *franchise* jarang mempunyai hak untuk menjual perusahaan kepada pihak ketiga tanpa terlebih dahulu menawarkannya kepada *franchisor* dengan harga yang sama.

Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* dalam bidang hukum perdata didasarkan pada Pasal 1338 KUHPerdata dan Pasal 1339 KUHPerdata.

Pasal 1338 KUHPerdata menentukan, semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Berdasarkan ketentuan ini, maka perjanjian itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Pasal 1339 KUHPerdata menentukan, perjanjian tidak hanya mengikat apa yang dengan tegas ditentukan di dalamnya, melainkan juga segala sesuatu yang menurut sifatnya perjanjian dituntut berdasarkan keadilan, kebiasaan atau undang-undang.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1338 dan Pasal 1339 KUHPerdata, maka apabila ketentuan tersebut dilanggar atau salah satu pihak melakukan wanprestasi maka pihak yang lain dapat menuntut perlindungan hukum dengan meminta ganti rugi berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata tentang Perbuatan Melawan Hukum melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

Perlindungan hukum dari segi merek berdasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten dalam kaitannya dengan sistem bisnis *franchise*, maka jelaslah bahwa pihak *franchisor* haruslah terlebih dahulu mendaftarkan merk atau logo yang dipunyainya, yang telah merebut pangsa pasar, jika memang ia ingin mendapat perlindungan

hukum. Bagi *franchisee*, terbuka kesempatan untuk menggunakan merek dan logo tersebut melalui izin dari pihak *franchisor*, yang dalam hal ini dituangkan dalam bentuk kesepakatan kerjasama atau dalam bentuk perjanjian *franchise*.

Perlindungan hukum dari segi paten didasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten. Hak Paten menurut Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada investor atas hasil investasinya di bidang teknologi.

Patut dimaklumi bahwa paten merupakan hak khusus yang diberikan negara kepada penemu atas hasil penemuannya di bidang teknologi, untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri penemuannya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada orang lain untuk melaksanakannya.

Penemuan yang dapat diberikan hak paten adalah penemuan baru, mengandung langkah inventif dan dapat diterapkan dalam industri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hak paten diberikan kepada penemu atas hasil penemuan baru di bidang teknologi yang mengandung kelangkaan dan dapat diterapkan dalam dunia industri.

Undang-undang Merek dan Undang-undang Paten menjadi dasar hukum bagi pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum kepada perusahaan yang mendaftarkan penemuannya dan mereknya terhadap kemungkinan peniruan, pemalsuan, ataupun penggunaan secara tidak legal atas hak paten atau merek dagangnya.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Aspek-aspek hukum yang terkait dalam kegiatan bisnis *franchise* di Indonesia adalah aspek hukum perjanjian, aspek hukum legalitas usaha, aspek hukum hak cipta dan aspek hukum merek. Aspek hukum yang paling pokok adalah aspek hukum perjanjian yang didasarkan pada prinsip kebebasan berkontrak. Aspek hukum legalitas usaha untuk kepentingan kelengkapan usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan. Aspek hukum hak cipta terhadap ciptaan yang dilindungi

dan aspek hukum merek terhadap merek-merek dagang yang telah terdaftar.

2. Perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian *franchise* didasarkan pada perjanjian *franchise* yang dibuat secara tertulis yang telah dinegosiasikan terlebih dahulu oleh para pihak dan Undang-undang Merek yakni Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Undang-undang Paten yakni Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 terhadap Merek dan Paten yang telah terdaftar terutama tentang kemungkinan peniruan, pemalsuan ataupun penggunaan secara tidak legal.

#### B. Saran

1. Karena aspek hukum perjanjian merupakan aspek pokok dalam bisnis *franchise* maka seharusnya *franchisee* dan *franchisor* membuat perjanjian *franchise* dalam bentuk tertulis dan mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah seperti adanya izin usaha perdagangan dan ketentuan-ketentuan lain untuk keamanan bisnis dan kepastian hukum dalam berbisnis.
2. Diharapkan masyarakat yang mau membuka bisnis *franchise* agar membuat perjanjian *franchise* secara tertulis dan menggunakan merek yang sudah terdaftar agar memperoleh perlindungan hukum terutama terhadap kemungkinan wanprestasi dari salah satu pihak, peniruan, pemalsuan, ataupun penggunaan merek secara ilegal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fuady, M., *Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2001.
- Simatupang Burton Richard, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2007.
- Aminudin, dan Abidin Zainal H., *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bhakti, Jakarta, 2006.
- Hadjon M. Philipus, *Ilmu Hukum*, Kompas, Jakarta, 2008.

Setiono, *Rule of Law (Supremasi Hukum)*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2004.

Muchsin, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.

Simatupang Burton Richard, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2007.

Shippey, J.O., *Menyusun Kontrak Bisnis International*, PPM, Jakarta, 2008.

Harjowidagdo, *Perspektif Pengaturan Kontrak Franchise*, BPHN, Jakarta, 2003.

Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Internasional*, Citra Aditya Bakti, 2005.

Abdurahman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1970.

Khaerandy R., *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya dalam Hukum Indonesia*, UII, Jakarta, 2002.

Mahmud P., *Kontrak dan Pelaksanaannya*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2009.

H.S. Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013.

Campbell Henry Black, *Black Law Dictionary*, St. Paul Minawest Publishing Co., 1990.

Badruzaman Darus Mariana, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 2009.

Muhammad Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

Setiawan R., *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Putra Abardin, Jakarta, 2009.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermedia, Jakarta, 2004.

Tutik Triwulan Titik, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Kencana, Jakarta, 2011.

Soenandar Taryana dkk., *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2016.

Mutiah Aulia, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2016.

Mertokusumo Sudikno, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Liberty, Yogyakarta, 2006.

Harahap Yahya M., *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 2006.

- Suseno B., *Sukses Usaha Waralaba*, Cakrawala, Yogyakarta, 2007.
- Fuady M., *Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Bisnis*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007.
- Sumardi J., *Aspek-aspek Hukum Franchise Perusahaan Transnasional*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2016.
- Mandelson M., *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchise*, IPPM, Jakarta, 2003.
- Karamoy A., *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta, 2006.
- Syahmin A.K., *Hukum perjanjian Internasional*, Armico, Bandung, 2005.
- Iman S., *Masalah Merek dan Usaha Franchise*, BPHM, Jakarta, 2003.
- Karamoy A., *Menjadi Kaya Lewat Waralaba*, Pustaka Bisnis Indonesia, 2006.
- Sutantio, *Berbisnis Waralaba Murah*, Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta, 2006.
- Seseno B., *Sukses Usaha-usaha Waralaba*, Cakrawala, Yogyakarta, 2007.
- Gautama Sudargo, *Masalah-masalah Perdagangan*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2012.

**Peraturan dan Undang-undang :**

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

**Laman :**

[www.hukumcorner.com](http://www.hukumcorner.com), *Legalitas Bisnis Usaha*, diakses 23 Juli 2018.

<http://www.artikata.com>, diakses pada tanggal 23 Juli 2018.

<http://seputarpengertian.blogspot.com>, diakses pada tanggal 23 Juli 2018.