



SKRIPSI

**AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM
PERJANJIAN WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI
PEMBERI WARALABA**

*LEGAL CONSEQUENCES FOR FRANCHISEES IN THE
FRANCHISE AGREEMENT RELATING TO THE RIGHT OF
THE FRANCHISOR BRAND*

DWIGAMAS UM YULIARKO
NIM : 100710101031

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2014**

SKRIPSI

**AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM
PERJANJIAN WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI
PEMBERI WARALABA**

*LEGAL CONSEQUENCES FOR FRANCHISEES IN THE
FRANCHISE AGREEMENT RELATING TO THE RIGHT OF
THE FRANCHISOR BRAND*

DWIGAMAS UM YULIARKO
NIM : 100710101031

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2014**

MOTTO

*“Apabila Anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri” **



* Brandon Boyd Urie – Panic! At The Disco

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ayahanda H. Moelyono, S.H. dan Ibunda Hj. Rulia yang telah membesarkan dan membekali hidup penulis serta tiada hentinya mendo'akan dengan rasa kasih sayang, kebijaksanaan, dan kesabaran yang sangat besar;
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang saya banggakan;
3. Seluruh Guru dan Dosen, sejak Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu-ilmunya yang sangat bermanfaat dan berguna serta membimbing dengan penuh kesabaran.

**AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM
PERJANJIAN WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI
PEMBERI WARALABA**

***LEGAL CONSEQUENCES FOR FRANCHISEES IN THE
FRANCHISE AGREEMENT RELATING TO THE RIGHT OF
THE FRANCHISOR BRAND***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada
program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember

DWIGAMAS UM YULIARKO
NIM : 100710101031

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2014**

PERSETUJUAN

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL**

**Oleh :
Pembimbing,**

**MARDI HANDONO, S.H., M.H.
NIP. 196312011989021001**

Pembantu Pembimbing,

**IKARINI DANI WIDIYANTI, S.H., M.H.
NIP. 1973062771997022001**

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM PERJANJIAN
WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI PEMBERI WARALABA**

*LEGAL CONSEQUENCES FOR FRANCHISEES IN THE FRANCHISE
AGREEMENT RELATING TO THE RIGHT OF THE FRANCHISOR BRAND*

Oleh :

DWIGAMAS UM YULIARKO

NIM: 100710101031

Pembimbing,

Pembantu Pembimbing,

MARDI HANDONO, S.H., M.H.
NIP. 196312011989021001

IKARINI DANI WIDIYANTI, S.H., M.H.
NIP. 1973062771997022001

Mengesahkan,
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Dekan,

Prof. Dr. WIDODO EKATJAHJANA, S.H., M.Hum
NIP. 197105011993031001

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 31
Bulan : Desember
Tahun : 2014

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember,

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

ISWI HARIYANI, S.H., M.H.
NIP. 196212161988022001

EDI WAHJUNI, S.H., M.Hum.
NIP. 196812302003122001

ANGGOTA PANITIA PENGUJI :

1. **MARDI HANDONO, S.H., M.H.** : (.....)
NIP. 196312011989021001

2. **IKARINI DANI WIDIYANTI, S.H., M.H.** : (.....)
NIP. 1973062771997022001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwigamas Um Yuliarko

NIM : 100710101031

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa karya tulis dengan judul : **Akibat Hukum Bagi Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba Terkait Hak Merek Dari Pemberi Waralaba** ; adalah hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Penulis bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik apabila ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 31 Desember 2014
Yang menyatakan,

DWIGAMAS UM YULIARKO
NIM: 100710101031

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Akibat Hukum Bagi Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba Terkait Hak Merek Dari Pemberi Waralaba**. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum serta mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Allah Swt, yang hidup dan matiku ada di tangan-Nya, Yang Maha Pengasih dan Penyayang, Yang Maha memudahkan apa yang sukar, yang telah bercampur tangan dalam setiap urusan saya sehingga memberikan saya kemudahan dan kelancaran, khususnya dalam proses penyusunan skripsi ini, Yang Maha mendengar doa-doa yang saya panjatkan, dan mengabulkan apa yang menjadi harapan dan keinginan saya, bahkan melebihi apa yang saya minta, syukur Alhamdulillah ;
2. Bapak Mardi Handono, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing I juga serta selaku Pembantu Dekan II, yang telah memberi dukungan, bimbingan serta saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan ;
3. Ibu Ikarini Dani Widiyanti, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi dukungan, bimbingan, dan saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan ;
4. Ibu Iswi Hariyani, S.H., M.H. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan dan motivasi untuk terus maju menuju yang lebih baik ;
5. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum. selaku Sekretaris Penguji yang telah memberikan masukan dan motivasi untuk terus maju dan semangat menjalani hidup ;
6. Bapak Prof. Dr. Widodo Ekatjahjana, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember ;
7. Bapak Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H. selaku Pembantu Dekan I, dan Bapak Iwan Rachmad Soetijono, S.H, M.H. selaku Pembantu Dekan III serta Bapak

- Kopong Paron Pius, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan petunjuk dan nasihatnya selama masa perkuliahan ;
8. Bapak dan Ibu dosen, civitas akademika, serta seluruh karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember atas segala ilmu dan pengetahuan yang diberikan ;
 9. Keluarga besarku, Ayahanda tercinta H. Moelyono, S.H., Ibunda tesayang Hj. Rulia dan Kakakku Tercinta Tuaga Rinja Yulianto, S.H., beserta istri Mita Rahayu Setiorini, S.H. yang telah senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, nasihat dan dukungan materiil bagi penulis ;
 10. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Hukum angkatan tahun 2010, Adi Asman, Mochammad Hilmi, Hifni Wifaqi, Jojo Al-Bahrizi, Yugas Apries, Egga Devara, Vizar Rizki, Yudha Boy, Gulmudin, Firda Laily, Fayamia, Devi Natalia dan lainnya, sahabat-sahabat yang dari awal masa perkuliahan selalu memberi dukungan, dalam keadaan susah maupun senang dan telah memberikan dukungan dan bantuan baik moril dan spirituil ;
 11. Sahabat-sahabat saya di band *WET DREAM FANTASY*, Shendy Afianto, Arisona Permadi, Setya Ardy, Ndaru Adi, Firli Fatah. Terima kasih banyak telah berbagi canda tawa, suka duka dan pengalaman bermusik di kota-kota dan tempat-tempat baru yang membuat hidup saya *living like a rockstar* selama bertahun-tahun ini ;
 12. Seluruh Guru TK Bhayangkara, SDN Jember Lor IV, SMP 06 Jember dan SMA Negeri 3 Jember atas didikan serta ilmu yang diberikan ;
 13. Semua pihak dan rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga do'a, bimbingan, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Karya tulis ini tidaklah akan sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Oleh karena itu, perlu kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, 31 Desember 2014
Penulis,

Dwigamas Um Yuliarko

RINGKASAN

Objek pembeda dari kegiatan bisnis waralaba adalah merek. Merek merupakan benda bergerak yang tidak berwujud yang mempunyai nilai komersial sangat tinggi dan dapat dijadikan aset bisnis dalam suatu perusahaan. Sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, merek dikategorikan dalam hak kekayaan industri. Pemilik merek memperoleh perlindungan hukum dengan syarat utama melakukan pendaftaran merek, baik lingkup nasional maupun internasional. Selain itu, diperlukan pengetahuan yang luas mengenai sistem hukum yang mengatur aset Hak Kekayaan Intelektual. Rawan kemungkinan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba terjadi pelanggaran atas hak merek sesuai dengan isi substansi hukum yang terdapat dalam perjanjian waralaba yang telah dilaksanakan serta disepakati oleh kedua belah pihak masing-masing.

Tertarik terhadap masalah-masalah tersebut di atas, maka penulis mencoba mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam penulisan skripsi dengan judul “AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM PERJANJIAN WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI PEMBERI WARALABA.”

Rumusan masalah yang akan dibahas adalah : (1) Apa hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba? (2) Apa akibat hukum bila penerima waralaba melakukan pelanggaran atas hak merek dari pemberi waralaba? (3) Apa upaya yang bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran hak merek yang telah dilakukan penerima waralaba? Tujuan umum penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat-syarat dan tugas guna mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember, menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum khususnya hukum lingkup hukum perdata. Selanjutnya, tujuan khusus yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini antara lain (1) Untuk mengetahui dan memahami hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba, (2) Untuk mengetahui dan memahami akibat hukum bila penerima waralaba melakukan pelanggaran atas hak merek dari pemberi waralaba, (3) Untuk mengetahui dan

memahami upaya yang bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran hak merek yang telah dilakukan penerima waralaba. Metode penelitian dalam penulisan skripsi ini menggunakan tipe penelitian yuridis normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undang serta pendekatan konseptual, dengan bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan bahan non hukum. Guna menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif.

Kesimpulan dari skripsi adalah Setiap perjanjian waralaba yang telah dibuat oleh kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak, apabila tidak dilaksanakan maka dapat dikatakan melakukan wanprestasi. Dalam hal pelanggaran atas hak merek yang dilakukan oleh pihak penerima waralaba. Akibat hukum yang ditimbulkan bila terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba yakni pemberi waralaba akan melakukan pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak dan menuntut ganti kerugian.

Saran yang dapat diberikan ialah hendaknya para pihak dalam perjanjian waralaba baik pihak Pemberi Waralaba maupun pihak Penerima Waralaba menjalankan fungsi, peran serta hak dan kewajibannya masing-masing sesuai isi klausul dalam perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama sebagai dasar hukum menjalankan bisnis waralaba tersebut. Hendaknya Penerima Waralaba mentaati segala aturan yang telah ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dalam perjanjian waralaba. Apabila tidak ditaati, maka Pemberi Waralaba berhak untuk menyatakan Penerima Waralaba wanprestasi. Hendaknya semua permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan cara musyawarah mufakat terlebih dahulu. Namun jika cara musyawarah tidak berhasil, maka Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dapat membawa permasalahan tersebut ke pengadilan ataupun badan penyelesaian sengketa diluar pengadilan lainnya yang telah ditunjuk dan disepakati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba.

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	I
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	v
HALAMAN PERSTEUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	viii
HALAMAN PERNYATAAN	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
HALAMAN DAFTAR ISI	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Umum	4
1.3.2. Tujuan Khusus	4
1.4 Metode Penelitian	4
1.4.1 Tipe Penelitian	4
1.4.2 Pendekatan Masalah	5
1.4.3 Bahan Hukum	6
1.4.4 Analisa Bahan Hukum	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Akibat Hukum.....	9
2.1.1 Pengertian Akibat Hukum	9
2.2 Hak Merek	11
2.2.1 Pengertian dan Ruang Lingkup Hak Merek	11

2.2.2	Merek Yang Tidak Dapat Didaftarkan	14
2.2.3	Permohonan Pendaftaran Merek	16
2.2.4	Pengalihan Hak Merek	17
2.2.5	Penghapusan dan Pembatalan Merek	18
2.3	Waralaba	19
2.3.1	Pengertian Waralaba.....	19
2.3.2	Unsur-Unsur Waralaba.....	21
2.4	Perjanjian Waralaba	22
2.4.1	Pengertian Perjanjian Waralaba	22
2.4.2	Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba	25
2.4.3	Waktu Berlakunya Perjanjian Waralaba	26
BAB III	PEMBAHASAN.....	27
3.1	Hubungan Hukum Antara Pemberi Waralaba Dengan Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba	27
3.2	Akibat Hukum Bila Penerima Waralaba Melakukan Pelanggaran Atas Hak Merek Dari Pemberi Waralaba	36
3.2.1	Pelanggaran Terhadap Merek.....	36
3.2.2	Akibat Hukum bila terjadi pelanggaran atas hak merek dalam perjanjian waralaba	41
3.3	Upaya Yang Bisa Ditempuh Oleh Pemberi Waralaba Atas Pelanggaran Hak Merek Yang Telah Dilakukan Penerima Waralaba	45
3.3.1	Upaya Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan (Litigasi)	46
3.3.2	Upaya Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan (Non-Litigasi)	50
BAB IV	PENUTUP	55
4.1	Kesimpulan	55
4.2	Saran	56

DAFTAR BACAAN

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008)



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha, karena dengan wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri dan dengan wirausaha akan membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang diciptakan tersebut. Selain itu wirausaha dapat berguna untuk menciptakan lapangan kerja bagi orang lain yang berada disekitar usaha tersebut. Itulah sebabnya pemerintah sangat menganjurkan bagi masyarakat untuk melakukan wirausaha. Banyak cara untuk menjadi seorang wirausahawan, antara lain dengan mendirikan bisnis baru ataupun membeli sistem bisnis yang telah ada dan telah berjalan. Saat ini banyak orang yang memulai usaha dengan cara membeli sistem bisnis atau yang dikenal dengan istilah *franchise* yang dalam bahasa Indonesia disebut dengan waralaba. Wirausaha dengan cara waralaba merupakan salah satu bentuk system bisnis dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis serta periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, maupun system operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Pemberian hak tersebut secara terperinci dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise agreement*).

Menurut Warren J. Keegen dalam Gunawan Wijaya , mengatakan bahwa pengembangan usaha secara internasional dapat dilakukan dengan sekurangnya lima macam cara, yaitu :²

1. Dengan cara ekspor;
2. Melalui pemberian lisensi;
3. Dalam bentuk franchising (waralaba);
4. Pembentukan perusahaan patungan (*joint venture*);
5. Total ownership atau pemilikan menyeluruh, yang dapat dilakukan melalui *direct ownership* (kepemilikan langsung) ataupun akuisisi.”

Dalam *franchise* ini, dapat dikatakan sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha

² Gunawan, Widjaja, 2002, *Lisensi atau Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm.1

diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual yang selanjutnya akan disebut dengan (HKI) dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan HKI dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba.³

Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Begitupun dengan Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) muncul suatu hubungan hukum antara Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dengan Penerima Waralaba (*Franchisee*) yang mana isi dalam perjanjian waralaba tersebut mengatur berbagai ketentuan-ketentuan hukum yang mengikat diantara kedua belah pihak masing-masing dalam pelaksanaan bisnis waralaba itu sendiri. Unsur – unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang harus dituangkan secara jelas didalam klausul – klausul suatu perjanjian waralaba karena dengan berbagai kasus banyak *franchisor* dengan *franchise* tidak paham betul klausul – klausul apa saja yang harus diatur dalam suatu perjanjian. Ketika sudah berjalan tidak sedikit kedua belah pihak mengalami kendala dalam menerapkan isi perjanjian. Kehadiran bisnis waralaba sebagai suatu sistem bisnis mempunyai karakteristik tersendiri di dalam kehidupan ekonomi, dapat juga menimbulkan permasalahan di bidang hukum dikarenakan bisnis waralaba ini didasarkan pada suatu perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban para pihak, sehingga diperlukan adanya perlindungan hukum yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak.

Objek dari *trade mark/trade name franchise* adalah merek. Merek merupakan benda bergerak yang tidak berwujud yang mempunyai nilai komersial sangat tinggi dan dapat dijadikan aset bisnis dalam suatu perusahaan. Sebagai bagian dari HKI, merek dikategorikan dalam *industrial property*. Pemilik merek memperoleh perlindungan hukum dengan syarat utama melakukan pendaftaran merek, baik lingkup nasional maupun internasional. Selain itu, diperlukan pengetahuan yang luas mengenai sistem hukum yang mengatur aset HKI. Rawan kemungkinan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba terjadi pelanggaran atas hak merek sesuai dengan isi substansi hukum yang terdapat dalam

³ *Ibid*, hlm.5

perjanjian waralaba yang telah dilaksanakan serta disepakati oleh kedua belah pihak masing-masing. Tertarik terhadap masalah-masalah tersebut di atas, maka penulis mencoba mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam penulisan skripsi dengan judul **“AKIBAT HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM PERJANJIAN WARALABA TERKAIT HAK MEREK DARI PEMBERI WARALABA.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apa hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba?
2. Apa akibat hukum bila penerima waralaba melakukan pelanggaran atas hak merek dari pemberi waralaba?
3. Apa upaya yang bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran hak merek yang telah dilakukan penerima waralaba?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagai suatu karya tulis ilmiah, maka skripsi ini mempunyai 2 (dua) macam tujuan yang hendak dicapai, yaitu :

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Untuk melengkapi dan memenuhi tugas sebagai persyaratan pokok yang bersifat akademis guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
- b. Sebagai salah satu sarana untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan hukum yang diperoleh dari perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi dalam masyarakat.
- c. Untuk menambah pengalaman dan memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi kalangan umum, bagi para mahasiswa Fakultas Hukum dan almamater.

1.3.2 Tujuan Khusus

Selanjutnya, tujuan khusus yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan memahami hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba.
2. Untuk mengetahui dan memahami akibat hukum bila penerima waralaba melakukan pelanggaran atas hak merek dari pemberi waralaba.
3. Untuk mengetahui dan memahami upaya yang bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran hak merek yang telah dilakukan penerima waralaba.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah Yuridis Normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti Undang-Undang, literatur-literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁴

1.4.2 Pendekatan Masalah

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan 2 (dua) macam pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*), dan Pendekatan konseptual (*conceptual approach*):

Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*). Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi,⁵ dalam hal ini dengan mencari dan menginventarisir peraturan atau undang-undang terkait solusi atas permasalahan hubungan hukum antara para pihak dalam perjanjian waralaba, serta akibat hukum dan penyelesaian sengketa bila terjadi pelanggaran atas hak merek dalam perjanjian waralaba. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang dilakukan dengan beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu

⁴ Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hlm.194

⁵ *Ibid*, hlm.93

hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum,⁶ dalam hal ini dengan mencari dan menginventarisir buku-buku maupun literatur terkait solusi atas permasalahan hubungan hukum antara para pihak dalam perjanjian waralaba, serta akibat hukum dan penyelesaian sengketa bila terjadi pelanggaran atas hak merek dalam perjanjian waralaba.

1.4.3 Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seharusnya. Adapun sumber bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang undangan dan putusan-putusan hakim. Adapun yang termasuk dalam bahan hukum primer dalam penulisan skripsi ini adalah undang-undang atau peraturan yang terkait dengan penyusunan skripsi ini, meliputi :

- 1) Burgerlijk Wetboek (Kitab Undang Undang Hukum Perdata).
- 2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- 3) Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- 4) Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008).

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah juga seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku di suatu negeri. Keberadaan bahan-bahan hukum sekunder, secara formal tidak sebagai hukum positif.⁷ Adapun yang termasuk dalam bahan-bahan hukum sekunder ini adalah buku-buku teks, laporan penelitian hukum, jurnal hukum yang memuat tulisan-tulisan

⁶ *Ibid*, hlm.137

⁷ Soerjono Soekanto, 2006, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, hlm.165

kritik para ahli dan para akademisi terhadap berbagai produk hukum perundang-undangan dan situs-situs internet.

c. Bahan Non Hukum

Sebagai penunjang dari sumber hukum primer dan sekunder, sumber bahan non hukum dapat berupa, internet, ataupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penulisan skripsi.

1.4.4 Analisa Bahan Hukum

Sebagai cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif, yaitu suatu metode penelitian berdasarkan konsep atau teori yang bersifat umum diaplikasikan untuk menjelaskan tentang seperangkat data, atau menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data yang lain dengan sistematis berdasarkan kumpulan bahan hukum yang diperoleh, ditambahkan pendapat para sarjana yang mempunyai hubungan dengan bahan kajian sebagai bahan komparatif.

Langkah-langkah selanjutnya yang dipergunakan dalam melakukan suatu penelitian hukum, yaitu :

- a) Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan ;
- b) Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non-hukum ;
- c) Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan
- d) Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum
- e) Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.⁸

Berdasarkan bahan hukum yang sudah di analisa akan memberikan suatu penjelasan yang kongkrit mengenai isu hukum yang hendak dipecahkan, sehingga tidak terjadi pemahaman yang salah mengenai pemecahan masalah isu hukum yang dibahas.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit*, hlm.171

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akibat Hukum

2.1.1 Pengertian Akibat Hukum

Akibat hukum adalah akibat suatu tindakan yang dilakukan untuk memperoleh suatu akibat yang dikehendaki oleh pelaku dan yang diatur oleh hukum. Tindakan yang dilakukannya merupakan tindakan hukum yakni tindakan yang dilakukan guna memperoleh sesuatu akibat yang dikehendaki hukum.⁹ Lebih jelas lagi bahwa akibat hukum adalah segala akibat yang terjadi dari segala perbuatan hukum yang dilakukan oleh subyek hukum terhadap obyek hukum atau akibat-akibat lain yang disebabkan karena kejadian-kejadian tertentu oleh hukum yang bersangkutan telah ditentukan atau dianggap sebagai akibat hukum.¹⁰

Akibat hukum merupakan sumber lahirnya hak dan kewajiban bagi subyek-subyek hukum yang bersangkutan. Misalnya, mengadakan perjanjian jual-beli maka telah lahir suatu akibat hukum dari perjanjian jual beli tersebut yakni ada subyek hukum yang mempunyai hak untuk mendapatkan barang dan mempunyai kewajiban untuk membayar barang tersebut. Dan begitu sebaliknya subyek hukum yang lain mempunyai hak untuk mendapatkan uang tetapi di samping itu dia mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang. Jelaslah bahwa perbuatan yang dilakukan subyek hukum terhadap obyek hukum menimbulkan akibat hukum.¹¹

Di Dalam kenyataannya, bahwa perbuatan hukum itu merupakan perbuatan yang akibat diatur oleh hukum, baik yang dilakukan satu pihak saja (bersegi satu) maupun yang dilakukan dua pihak (bersegi dua). Apabila akibat hukumnya (*rechtsgevolg*) timbul karena satu pihak saja, misalnya membuat surat wasiat diatur dalam pasal 875 KUH Perdata, maka perbuatan itu adalah perbuatan hukum satu pihak. Kemudian apabila akibat hukumnya timbul karena perbuatan dua pihak, seperti jual beli, tukar menukar maka perbuatan itu adalah perbuatan hukum dua pihak.¹²

⁹ R Soeroso, 1992, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm.295

¹⁰ *ibid*, hlm.295

¹¹ Wirjono Prodjodikoro, 2000, *Perbuatan Melawan Hukum Dipandang Dari Sudut Hukum Perdata*, Bandung: Mandar Maju, hlm.22

¹² Syarifin, Pipin, 1999, *PIH Pengantar Ilmu Hukum*, Bandung: Pustaka Setya, hlm.71

Akibat hukum adalah akibat yg diberikan oleh hukum atas suatu peristiwa hukum atau perbuatan dari subjek hukum. Ada tiga jenis akibat hukum, yaitu antara lain akibat hukum berupa lahirnya, berubahnya, lenyapnya suatu keadaan hukum tertentu. Misalnya usia 21 tahun melahirkan suatu keadaan hukum baru dari tidak cakap bertindak menjadi cakap bertindak. Atau Orang dewasa yang dibawah pengampuan, melenyapkan kecakapan dalam tindakan hukum. Akibat hukum berupa lahirnya, berubahnya, atau lenyapnya suatu hubungan hukum tertentu. Misalnya sejak kreditur dan debitur melakukan akad kredit, maka melahirkan hubungan hukum baru, yaitu utang-piutang. Atau Sejak pembeli melunasi harga suatu barang, dan penjual menyerahkan barang tersebut, maka berubahlah atau lenyaplah hubungan hukum jual beli diantara mereka.¹³

Akibat hukum berupa sanksi, yang tidak dikehendaki oleh subjek hukum. Sanksi dari suatu akibat hukum berdasarkan pada lapangan hukum, dibedakan menjadi dua, yaitu yang pertama sanksi hukum di bidang hukum publik, diatur dalam pasal 10 KUH Pidana, yang berupa Hukuman Pokok dan Hukuman Tambahan. Kemudian selanjutnya terdapat sanksi hukum di bidang hukum privat, terdiri atas Melakukan Perbuatan Melawan Hukum (*onrechtmatigedaad*), diatur dalam pasal 1365 KUH Perdata, adalah suatu perbuatan seseorang yang mengakibatkan kerugian terhadap yang sebelumnya tidak diperjanjikan, sehingga ia diwajibkan mengganti kerugian. Lalu kemudian Melakukan Wanprestasi, diatur dalam pasal 1366 KUH Perdata, yaitu akibat kelalaian seseorang tidak melaksanakan kewajibannya tepat pada waktunya, atau tidak dilakukan secara layak sesuai perjanjian, sehingga ia dapat dituntut memenuhi kewajibannya bersama keuntungan yang dapat diperoleh atas lewatnya batas waktu.¹⁴

2.2 Hak Merek

2.2.1 Pengertian dan Ruang Lingkup Hak Merek

Dalam Pasal 1 butir 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek diberikan pengertian atau batasan tentang merek sebagai berikut :

“Merek adalah tanda yang berupa gambar nama, kata, huruf huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembedaan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”

¹³ Wirjono Prodjodikoro, *Op. Cit*, hlm.24

¹⁴ *ibid*

Molengraaf menyebutkan bahwa:

*“Merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat, dan diperdagangkan oleh orang, atau perusahaan lain”.*¹⁵

Ruang lingkup merek meliputi Merek Dagang (*Trade Mark*) dan Merek Jasa. Merek sebagaimana diatur dalam Undang-undang Merek (Undang-Undang No. 15 Tahun 2001) meliputi merek dagang dan merek jasa. Walaupun dalam Undang-Undang Merek digunakan istilah merek dagang dan merek jasa, sebenarnya yang dimaksudkan dengan merek dagang adalah merek barang, karena mereka yang digunakan pada barang dan digunakan sebagai lawan dari merek jasa.

Mengenai jenis-jenis merek sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 2 dan angka 3 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek ada 2 (dua) yaitu; Merek Dagang dan Merek Jasa.

“Merek dagang adalah merek yang dipergunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.”

“Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.”

Merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Merek meliputi merek dagang dan merek jasa. Walaupun dalam Undang-Undang Merek digunakan istilah merek dagang dan merek jasa, sebenarnya yang dimaksudkan dengan merek dagang adalah merek barang, karena mereka yang digunakan pada barang dan digunakan sebagai lawan dari merek jasa. Dalam Undang-undang Merek, disamping Merek Dagang dan Merek Jasa, ada juga yang namanya Merek Kolektif. Yang dimaksud dengan Merek Kolektif berdasarkan Pasal 1 angka 4 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah :

“Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum

¹⁵ Muhammad Djumhana, 2014, *Hak Milik Intelektual*, Jakarta: Citra Aditya Bakti. hlm 222

secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.”

Pasal 3 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, menyebutkan :

“Hak Merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau member izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakan.”

Berdasarkan ketentuan tersebut bahwa hak merek diperoleh melalui prosedur pendaftaran. Jadi disini ditekankan bahwa hak atas merek tercipta karena pendaftaran dan bukan karena pemakaian pertama. Pengertian hak atas merek menurut Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu ;

“Hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”

Kata pihak sebagaimana dimaksud dalam pasal tersebut adalah seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, kecuali secara tegas dinyatakan lain. Hal ini dapat dilihat dalam Penjelasan Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi:

“Kecuali secara tegas dinyatakan lain, yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini dan pasal-pasal selanjutnya dalam undang-undang ini adalah seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum.”

Latar belakang lahirnya Undang-Undang Merek antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya di bidang perekonomian dan perdagangan. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan transportasi mendorong tumbuhnya integrasi pasar perekonomian dan perdagangan dalam skala global. Era perdagangan global tersebut hanya dapat dipertahankan jika didukung oleh adanya iklim persaingan usaha yang sehat. Perlindungan hukum terhadap merek merupakan salah satu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia, maka diperlukan penyempurnaan Undang-Undang Merek lama (Undang-Undang Nomor

19 Tahun 1992 juncto Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997), dengan Undang-Undang Merek baru (Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001).¹⁶

Merek sudah terdaftar dan orang atau badan hukum telah memiliki Hak atas merek, maka orang atau badan hukum pemegang hak tersebut dapat memberikan lisensi kepada orang atau badan hukum lain. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam Pasal 1 butir 13 menyatakan bahwa:

“Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/ atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.”

Pemberian lisensi merek berbeda dengan pemberian waralaba (*franchise*). Jika dalam pemberian lisensi merek, pemilik merek hanya meminjamkan mereknya kepada pihak lain maka dalam bisnis waralaba yang dipinjamkan oleh pemilik waralaba tidak hanya mereknya tetapi juga proses produksi hingga tata cara pelayanan kepada para konsumen. Dengan demikian, pemilik waralaba, disamping memberikan lisensi merek, juga dapat memberikan lisensi paten, lisensi rahasia dagang, dan lisensi hak cipta. Sebagai contoh adalah waralaba jaringan *HardRockCafe*, dimana didalamnya ada kegiatan penyajian makanan, pertunjukan musik, dan pameran foto-foto selebritis. Sehingga kegiatan waralaba selalu diikuti dengan pemberian satu atau beberapa macam lisensi di bidang HKI.¹⁷

Perlindungan merek sangat penting sekali, merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik merek), juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka berkualitas ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah. Hal ini juga bisa berakibat menurunkan reputasi perusahaan pemilik hak merek.

2.2.2 Merek Yang Tidak Dapat Didaftarkan

¹⁶ www.tanyahukum.com ; diakses tanggal 24 September 2014

¹⁷ Iswi Hariyani, 2010, *Prosedur Mengurus HKI yang Benar*, Yogyakarta : Pustaka Yustisia, hlm.88

Menurut ketentuan dalam Pasal 5 dan Penjelasan Pasal 5 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur berikut ini, antara lain:

1. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum. Yang dimaksud adalah apabila penggunaan tanda tersebut dapat menyinggung perasaan, kesopanan, ketentraman, atau keagamaan dari khalayak umum atau dari golongan masyarakat tertentu;
2. Tidak memiliki daya pembeda. Suatu tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas;
3. Telah menjadi milik umum. Salah satu contoh merek seperti ini adalah tanda tengkorak di atas dua tulang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya. Tanda seperti itu bersifat umum dan telah menjadi milik umum sehingga tidak dapat digunakan sebagai merek;
4. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Yang dimaksud adalah bahwa merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, seperti merek 'Kopi' atau gambar 'kopi' untuk jenis produk kopi.

Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut (Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek beserta Penjelasan) mengandung unsur-unsur berikut ini.

- a. "Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis."

Yang dimaksud dengan 'persamaan pada pokoknya' adalah kemiripan yang disebabkan adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek merek tersebut.

- b. "Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis".

Penolakan permohonan yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan

memperhatikan pengetahuan masyarakat mengenai merek dalam bidang usaha yang bersangkutan. Selain itu, juga diperhatikan reputasi merek yang sudah terkenal karena promosi secara gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran merek tersebut di beberapa negara. Apabila hal-hal tersebut di atas belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidak terkenalnya merek yang menjadi dasar penolakan.

5. “Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.”

Selain hal-hal tersebut di atas, syarat yang harus dipenuhi agar merek dapat didaftar sehingga mendapat perlindungan hukum adalah ‘itikad baik’. Pasal 4 Undang-Undang Merek menyebutkan bahwa Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.

Pemohon yang beritikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat untuk mombonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.

2.2.3 Permohonan Pendaftaran Merek

Permohonan pendaftaran merek diatur dalam Pasal 7 sampai dengan Pasal 12 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) adalah sebagai berikut.

a. Diajukan secara tertulis, diketik dalam bahasa Indonesia pada blangko formulir permohonan yang telah disediakan dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan dibuat dalam rangkap empat dengan mencantumkan:

- 1). tanggal, bulan, dan tahun;
- 2). nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
- 3). nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;

- 4). warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
- 5). nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas."
- b. Permohonan untuk dua kelas barang atau lebih dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan pendaftaran merek.
- c. Surat permohonan pendaftaran merek dilampiri dengan:
 - 1). fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dilegalisir. Bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
 - 2). fotokopi akta pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaries apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
 - 3). fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (merek kolektif);
 - 4). surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
 - 5). tanda pembayaran biaya permohonan;
 - 6). 20 (duapuluh) helai etiket merek dengan ukuran maksimal 9X9 cm, minimal 2X2 cm;
 - 7). surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

2.2.4 Pengalihan Hak Merek

Hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar. Oleh karena itu, pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa seizin pemiliknya. Pengalihan hak atas merek terdaftar merupakan suatu tindakan pemilik merek untuk mengalihkan hak kepemilikannya kepada orang lain.

Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek menyatakan hak atas merek terdaftar dapat dialihkan karena:

- a. Pewarisan;*
- b. Hibah;*
- c. Wasiat;*
- d. Perjanjian, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang Merek."*

Pasal 41 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek mengemukakan bahwa pengalihan hak atas merek terdaftar dapat disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi atau lain-lainnya yang terkait dengan merek yang bersangkutan dan Pasal 42 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar hanya dapat dilakukan bila disertai pernyataan tertulis dari penerima pengalihan bahwa merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang atau jasa.

Pengaturan mengenai penghapusan merek terdaftar yang berlaku sekarang diatur dalam Bab VIII mengenai Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran Merek dari Pasal 61 sampai dengan Pasal 67 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Dalam Pasal 61 ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek ditentukan secara limitatif alasan dari penghapusan yaitu:

*“a. Merek tersebut tidak digunakan (non use)
Merek yang bersangkutan tidak digunakan oleh pemilik mereka setelah didaftarkan dalam daftar umum merek dalam perdagangan barang dan jasa dan juga merek tersebut tidak pernah dipakai lagi selama 3 tahun berturut-turut, baik sejak tanggal pendaftaran ataupun dari pemakaian terakhir.*

*b. Digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai
Ketidaksesuaian dalam penggunaan meliputi ketidaksesuaian dalam bentuk penulisan kata atau huruf atau ketidaksesuaian dalam penggunaan warna yang berbeda.”*

2.2.5 Penghapusan dan Pembatalan Merek

Pasal 61 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek disebutkan bahwa yang berwenang melakukan penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek adalah Direktorat Jenderal atau atas permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek tersebut dapat dilakukan apabila (Pasal 61 ayat (2) Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek):

1. Merek tersebut tidak digunakan selama tiga (3) tahun berturut-turut dalam perdagangan sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali apabila ada alasan yang dapat diterima oleh Direktorat Jenderal;

2. Merek digunakan untuk jenis barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan pendaftaran termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang didaftar.

Penghapusan Merek tersebut akan dicatat dalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek sesuai dengan ketentuan Pasal 61 ayat 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Bagi pihak yang mereknya ditolak, dapat mengajukan keberatan atas pembatalan tersebut ke Pengadilan Niaga sebagaimana dimaksud Pasal 61 ayat (5) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

2.3. Waralaba

2.3.1. Pengertian Waralaba

Waralaba berasal dari kata Wara yang berarti lebih dan Laba yang berarti untung. Secara harafiah waralaba dapat diartikan bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih. *Franchise* (waralaba) termasuk salah satu cara pengembangan usaha secara internasional hal ini dikarenakan *franchise* (waralaba) ini sesungguhnya mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha *franchise* hanya melalui tata cara, proses serta suatu *code of conduct* dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba. Bisnis waralaba atau franchise adalah salah satu cara memasuki dunia usaha yang sangat populer di dunia, karena mengingat produk atau jasa franchise adalah mayoritas produk atau jasa yang global dan mempunyai kualitas yang tinggi.¹⁸ Seiring dengan berkembangnya bisnis waralaba, di Indonesia bisnis ini tumbuh dan berkembang dengan pesat. Mulai era 90-an sampai saat ini bisnis waralaba telah mencakup mulai dari produk makanan, minuman, restoran.

Suatu cara mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen atau pelanggan akhir. Pemilik merek atau produsen (*franchisor*) akan memberikan hak kepada pelaku bisnis untuk melaksanakan bisnis dengan atribut produsen atau *franchisor* seperti nama merek, prosedur sistem dan cara-cara yang telah disepakati sebelumnya meliputi area tertentu dan dalam kurun waktu tertentu. Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan/atau diberikan oleh

¹⁸ Gunawan, Widjaja, *Op. Cit*, hlm.5

pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan system pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai kesepakatan¹⁹

Suatu bentuk kerjasama usaha atau bisnis dengan prinsip kemitraan antara sebuah perusahaan yang telah mapan baik system manajemen, keuangan dan marketing serta adanya merek produk perusahaan yang telah dikenal oleh masyarakat luas, dengan perusahaan atau individu yang menggunakan merek produk dan sistem tersebut merupakan Definisi Waralaba. Perusahaan pemilik merek disebut pemberi waralaba (*Franchisor*), sedangkan perusahaan/individu pengguna merek disebut penerima waralaba (*Franchisee*). Hubungan kerjasama usaha antara kedua belah pihak disahkan dalam sebuah ikatan perjanjian atau nota kesepahaman. Lazimnya pihak pemberi waralaba memberikan bimbingan teknis usaha, manajemen dan marketing produk kepada pihak penerima waralaba, sedangkan pihak penerima waralaba membayar sejumlah biaya sebagaimana kesepakatan antara kedua belah pihak.

Pengertian waralaba menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, yaitu:

“Hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti hasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.”

Sejumlah pakar juga ikut memberikan definisi terhadap waralaba yakni antara lain :²⁰

Campbell Black dalam bukunya *Black's Law Dictionary* menjelaskan *franchise* sebagai sebuah lisensi merek dari pemilik yang mengizinkan orang lain untuk menjual produk atau *service* atas nama merek tersebut. David J.Kaufmann memberi definisi *franchising* sebagai sebuah sistem pemasaran dan distribusi yang dijalankan oleh institusi bisnis kecil (*franchisee*) yang digaransi dengan membayar sejumlah *fee*, hak terhadap akses pasar oleh *franchisor* dengan standar operasi yang mapan dibawah asistensi *franchisor*.

¹⁹ Anonymous, Epidemi Tren Konsep Waralaba (<http://www.franchiseneews.com>); Diakses Tanggal 20 September 2014

²⁰ Gunawan, Widjaja, *Op. Cit*, hlm.7

Kemudian menurut Charles L. Vauhn istilah *franchise* dipahami sebagai bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi yang didalamnya sebuah perusahaan memberikan *priviledge* untuk menjelaskan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relative lebih kecil. Sedangkan Douglass J. Queen memberikan pengertian waralaba sebagai suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Pemegang *franchise* yang membeli suatu bisnis menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, system teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise*.

2.3.2. Unsur-Unsur Waralaba

Karakteristik yuridis dari bisnis waralaba, adalah sebagai berikut; Unsur dasar, dalam setiap waralaba terdapat 3 (tiga) unsur dasar yang harus ada yaitu; ada pihak *franchisor*, ada pihak *franchisee*, dan bisnis waralaba itu sendiri. Unsur tambahan lainnya adalah; keunikan produk, konsep bisnis total, *franchisee* memakai atau menjual produk, *franchisor* menerima *fee* dan royalti, adanya pelatihan manajemen dan keterampilan khusus, pendaftaran merek dagang, paten, atau hak cipta, bantuan pendanaan *franchisee* dari *franchisor* atau lembaga keuangan, pembelian produk langsung dari *franchisor*, bantuan promosi dan periklanan dari *franchisor*, pelayanan pemilihan lokasi oleh *franchisor*, daerah pemasaran yang eksklusif, pengendalian dan penyeragaman mutu, mengandung unsur merek dan sistem bisnis tertentu.²¹

2.4. Perjanjian Waralaba

2.4.1. Pengertian Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba (*franchise agreement*) adalah perjanjian kerjasama bisnis waralaba yang dibuat secara tertutup antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba yang didalam perjanjian tersebut juga terkandung perjanjian Lisensi HKI dan ketentuan-ketentuan lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan bisnis waralaba secara keseluruhan.²² Douglas J. Queen merumuskan perjanjian waralaba adalah satu dokumen hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik dan pemegang waralaba. Lebih lanjut, Martin Mandelson menambahkan perjanjian waralabaharus secara tepat

²¹ Munir Fuady, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis*, Cet. III, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.340

²² Iswi Hariyani & R. Serfianto D.P, 2011, *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, Yogyakarta; Pustaka Yustisia, hlm.66

menggambarkan janji-janji yang dibuat dan harus adil, serta pada saat yang bersamaan menjamin bahwa ada perjanjian yang cukup melindungi integritas sistem.²³

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam KUHPPerdata. Perjanjian ini dapat diterima karena didalam KUHPPerdata yaitu Pasal 1338 ayat (1) menyebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, Kata semua mengandung arti seluruh perjanjian, ini berarti ada kebebasan berkontrak dalam membuat suatu perjanjian. maksudnya kebebasan berkontrak yaitu kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, bahwa bebas membuat atau tidak membuat perjanjian, bebas memilih dengan siapa akan membuat perjanjian, bebas menentukan bentuk perjanjian, bebas menentukan isi perjanjian dan bebas menentukan cara membuat perjanjian.

Pemberlakuan perjanjian waralaba di antara para pihak mempunyai kekuatan mengikat yang didasarkan pada pasal 1338 ayat 1 KUHPPerdata, yaitu: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Hal ini juga merupakan konsekuensi logis dari ketentuan pasal 1233 KUHPPerdata, yang menyatakan bahwa setiap perikatan dapat lahir dari undang undang maupun karena perjanjian. Jadi, perjanjian adalah salah satu sumber dari perikatan. Sebagai perikatan yang dibuat dengan sengaja, atas kehendak para pihak secara sukarela, maka segala sesuatu yang telah disepakati, disetujui oleh para pihak harus dilaksanakan oleh para pihak sebagaimana telah dikehendaki oleh mereka. 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.

Perjanjian waralaba juga dapat mengatur suatu ketentuan yang memungkinkan *franchisee* untuk memberikan waralaba lanjutan kepada pihak lain dengan ketentuan bahwa *franchisee* tersebut harus mengoperasikan satu *outlet* waralaba dan perjanjian waralaba lanjutan tersebut dibuat dengan persetujuan dari *franchisor*. Tentang bentuk perjanjian waralaba menurut Pasal 4 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Berdasarkan ketentuan dari pasal tersebut, antara

²³ Douglas, J Queen, 1993, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, Jakarta: Elek Media Komputindo, hlm.45

pemberi waralaba dan penerima waralaba apabila telah menemui kata sepakat harus membuat perjanjian waralaba dalam bentuk tertulis.

Unsur perjanjian waralaba antara lain meliputi sebagai berikut :²⁴

“a. adanya dua pihak yaitu franchisor dan franchisee, dimana franchisor sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba dan franchisee merupakan pihak yang menerima bisnis waralaba.

b. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari franchisor.

c. Adanya kerjasama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara franchisor dan franchisee.

d. Dipunyai unit usaha tertentu (outlet) oleh pihak franchisee yang akan memanfaatkan paket usaha milik franchisor.

e. Terdapat perjanjian tertulis berupa perjanjian baku antara franchisor dan franchisee.”

Isi Pasal 5 Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 menyebutkan tentang klausula apa saja yang harus ada dalam Perjanjian *Franchise*, yaitu :

Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit :

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa; dan
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Pada prinsipnya perjanjian yang telah dibuat dapat dibatalkan jika perjanjian tersebut dalam pelaksanaannya akan merugikan pihak-pihak tertentu. Pihak-pihak ini tidak hanya para pihak dalam perjanjian saja, namun juga terhadap pihak ketiga di luar para pihak yang mengadakan perjanjian. Dengan demikian, jika hal ini dikaitkan dengan

²⁴ Adrian Sutedi, 2009, *Hak atas Kekayaan Intelektual ; Pengaturan dan Perlindungan Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, hal 80

pelaksanaan perjanjian waralaba dalam konteks pembahasan ini, maka selama para pihak di dalam perjanjian merasa saling diuntungkan.

2.4.2 Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba

Melihat beberapa pengertian yang dikemukakan di atas, terlihat bahwa system bisnis franchise melibatkan dua pihak, yaitu :²⁵

“a. Franchisor atau Pemberi Waralaba, yaitu wirausaha sukses pemilik produk, jasa, atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu, yang biasanya telah dipatenkan.

b. Franchisee atau Penerima Waralaba, yaitu perorangan dan/atau pengusaha lain yang dipilih oleh franchisor atau yang disetujui permohonannya untuk menjadi franchisee oleh pihak franchisor, untuk menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, merk, atau sistem usaha milik franchisor, dengan syarat member imbalan kepada franchisor berupa uang dalam jumlah tertentu pada awal kerja sama dijalin (uang pangkal) dan atau pada selang waktu tertentu selama jangka waktu kerja sama (royalty).”

Pemberi waralaba (*franchisor*) diwajibkan memberikan Prospektus Penawaran Waralaba kepada calon penerima waralaba kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) pada saat melakukan penawaran. Prospektus Penawaran Waralaba tersebut harus memuat paling sedikit data-data sebagai berikut:

- a. Data identitas pemberi waralaba;
- b. Legalitas usaha pemberi waralaba;
- c. Sejarah kegiatan usahanya;
- d. Struktur organisasi pemberi waralaba;
- e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
- f. Jumlah tempat usaha;
- g. Daftar penerima waralaba; dan
- h. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.²⁶

2.4.3 Waktu berlakunya Perjanjian Waralaba

Masa berlakunya perjanjian waralaba adalah lamanya waktu selama *franchisee* boleh menggunakan lisensi atau sistem yang diwaralabakan. Hal ini sesuai yang

²⁵ Juajir, Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm.21

²⁶ Iswi Hariyani & R. Serfianto D.P, Op. Cit, hlm.93

tercantum dalam perjanjian yang telah disepakati. Menurut hasil penelitian di Indonesia berkisar 5 (lima) sampai 10 (sepuluh) tahun dengan kemungkinan perpanjangan. Namun demikian, dalam praktek, pemilik *franchise* (*franchisor*) dapat membatalkan perjanjian lebih awal apabila pemegang *franchise* (*franchisee*) tidak dapat memenuhi kewajibannya.²⁷

Pelaku usaha waralaba sebaiknya memahami dengan benar ketentuan dalam Hukum Perjanjian sehingga dapat mengantisipasi kemungkinan timbulnya sengketa bisnis yang terkait dengan perjanjian waralaba yang muncul di kemudian hari. Jangan terburu-buru menandatangani perjanjian jika kita belum memahami aspek hukumnya.²⁸



²⁷Rooseno, Harjowidigdo, 1993, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta: BPHN, hlm 18

²⁸ Iswi Hariyani & R. Serfianto D.P, Op. Cit, hlm.92

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Hubungan Hukum Antara Pemberi Waralaba Dengan Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba

Terdapat dua pihak dalam perjanjian waralaba yakni Pemberi Waralaba (*franchisor*) dan Penerima Waralaba *franchisee*, pengertian *franchisor* menurut pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah No 42 tahun 2007 ialah “Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba”. Sedangkan menurut pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah No 42 tahun 2007 memberikan penjelasan tentang pengertian dari Penerima Waralaba yakni adalah, “Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba”. Perjanjian *franchise* itu sendiri di Indonesia hingga sekarang ini belum diatur secara khusus dalam suatu perundang-undangan. Namun demikian tidak berarti bahwa di Indonesia tidak diperbolehkan melakukan atau membuat perjanjian *franchise*, sebab berdasarkan pasal 1338 KUH Perdata para pihak dimungkinkan membuat perjanjian apa saja asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang waralaba yang saat ini menjadi dasar hukum bagi usaha waralaba di Indonesia tidak memberikan pengertian perjanjian waralaba itu sendiri secara khusus. Oleh karena itu, perlu memperhatikan pengertian dari perjanjian terlebih dahulu. Istilah perjanjian sering disejajarkan pengertiannya dengan istilah kontrak. Meskipun ada beberapa pakar hukum yang membedakan dua istilah tersebut. Apabila kembali kepada peraturan perundang-undangan seperti yang tercantum dalam Bab II Buku Ketiga KUH Perdata yang berjudul “Perikatan yang Lahir dari Kontrak atau Perjanjian” secara jelas terlihat bahwa undang-undang memberikan pengertian yang sejajar antara kontrak dan perjanjian. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa antara perjanjian dan kontrak diartikan lebih kurang sama. Dengan demikian segala ketentuan yang terkait dengan hukum perjanjian juga berlaku dalam hukum kontrak. Dalam hal ini penulis setuju dengan pengertian yang tercantum

dalam judul Bab II Buku Ketiga KUH Perdata. Untuk itu dalam penelitian ini digunakan kata “perjanjian” untuk mewakili kata-kata perjanjian atau kontrak.

.Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.²⁹

Pengertian perjanjian diatur dalam Pasal 1313 KUH Perdata. “*Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.*”. Mengenai pengertian perjanjian para sarjana hukum memiliki pengertian yang berbeda-beda satu sama lain, hal ini terjadi karena masing-masing sarjana itu ingin mengemukakan atau memberi pandangan yang dianggapnya lebih tepat. Beberapa pandangan para sarjana mengenai perjanjian, yaitu antara lain menurut Rutten, bahwa perjanjian adalah perbuatan hukum yang terjadi sesuai dengan formalitas-formalitas dari peraturan yang ada, tergantung dari persesuaian pernyataan kehendak dua orang atau lebih orang-orang yang ditujukan untuk timbulnya akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan dan atas beban masing-masing pihak secara timbal balik.³⁰

Untuk adanya perjanjian diharuskan memenuhi 4 syarat, yaitu:³¹

1. *Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan diri (toestemming).*
2. *Adanya kecakapan untuk mengadakan perikatan (bekwaamheid).*
3. *Mengenai suatu obyek tertentu (een bepaald onderwerp).*
4. *Mengenai causa yang diperbolehkan (geoorloofde oorzaak).*

Asas asas hukum di dalam Hukum Perjanjian yaitu :

1. Azas Konsensualisme, yakni bahwa perjanjian yang dibuat pada umumnya bukan secara formil tetapi konsensual, artinya perjanjian itu ada karena persesuaian kehendak atau konsensus semata-mata. Azas ini merupakan azas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan merupakan persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua belah pihak. Hal ini berarti bahwa

²⁹ Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Citra Aditya Bhakti, Cet. Ke-4, hlm.6

³⁰ Rutten, dalam Purwahid Patrik, 1984, *Dasar-dasar Hukum Perikatan*, Bandung : Mandar Maju, hlm.46-47

³¹ Pohan Marthalena, *Hukum Perikatan*, Surabaya: Bina Ilmu,1979, hlm.114

dengan tercapainya kesepakatan oleh para pihak melahirkan hak dan kewajiban bagi mereka atau biasa juga disebut bahwa kontrak tersebut sudah bersifat obligatoir, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi kontrak tersebut

2. Azas kekuatan mengikat dari perjanjian (*pacta sunt servanda*), bahwa pihak-pihak harus memenuhi apa yang telah dijanjikan, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1338 KUH Perdata bahwa perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Azas ini disebut juga azas kepastian hukum, merupakan azas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi perjanjian yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi perjanjian yang dibuat oleh para pihak.
3. Azas kebebasan berkontrak yaitu artinya bahwa orang bebas membuat atau tidak membuat perjanjian, bebas menentukan isi, berlakunya dan syarat-syarat perjanjian, dengan bentuk tertentu atau tidak dan bebas memilih undang-undang mana yang akan dipakainya untuk perjanjian itu. Bahwa perjanjian yang disepakati oleh kedua belah pihak yang bersangkutan mengikat kedua belah pihak atau pihak-pihak yang bersangkutan. Hal ini sangat wajar agar kepentingan pihak lain terlindungi karena ketika perjanjian dibuat adalah atas kesepakatan kedua belah pihak, maka pembatalannya pun harus atas kesepakatan kedua belah pihak.
4. Azas iktikad baik, azas iktikad baik begitu penting sehingga dalam perundingan-perundingan atau perjanjian antara para pihak, kedua belah pihak akan berhadapan dalam suatu hubungan hukum khusus yang dikuasai oleh iktikad baik dan hubungan khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak itu harus bertindak dengan mengingat kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain³².

Agar perjanjian itu sah dan mempunyai kekuatan hukum, maka terlebih dahulu harus memenuhi syarat sahnya perjanjian yaitu perjanjian yang ditentukan Undang-undang. Perlu diperhatikan bahwa perjanjian yang memenuhi undang-undang diakui oleh hukum, sebaliknya perjanjian yang tidak memenuhi syarat tak diakui oleh hukum walaupun diakui oleh pihak-pihak yang bersangkutan. Untuk itu apabila pihak-pihak mengakui dan mematuhi perjanjian yang mereka buat walaupun tidak memenuhi syarat perjanjian itu berlaku di antara mereka.

Apabila suatu ketika ada pihak yang tidak mengakuinya lagi, maka hakim akan membatalkan atau perjanjian itu batal. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, untuk sahnya suatu perjanjian para pihak harus memenuhi syarat-syarat tersebut di bawah ini :

³² Subekti, Op. Cit, hlm.19

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri.
2. Kecakapan para pihak dalam membuat suatu perjanjian.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

Adapun ketentuan hukum yang berlaku saat ini yang mengatur tentang Waralaba yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Adanya perjanjian waralaba ini merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang dapat merugikan pihak lain. Sehingga perjanjian waralaba dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Apabila salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba adalah berdiri sendiri (*independent contractors atau no agency*).³³ Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia adalah berdiri sendiri (*independent contractors atau no agency*) klausul ini menegaskan bahwa kedudukan dan hubungan hukum antara *franchisor* dengan *franchisee* bukanlah hubungan keagenan, *joint venture*, atau atasan bawahan. Pihak *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba dengan memiliki sistem/tata cara dalam berbisnis waralaba, sementara pihak *franchisee* merupakan pihak yang menerima/menjalankan bisnis waralaba tersebut dengan cara yang dikembangkan oleh *franchisor*.³⁴

Franchisee berada dalam posisi independen terhadap *franchisor*. Maksudnya adalah *franchisee* berhak atas laba dari usaha yang dijalankannya serta bertanggung jawab atas beban-beban usaha waralabanya sendiri, misalnya pajak dan gaji pegawai. Di luar itu, *franchisee* terikat pada aturan dan perjanjian dengan *franchisor* sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama.³⁵

Hubungan hukum antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba juga diatur dalam kontrak yang berwujud kedalam hak dan kewajiban para pihak. Hal ini berarti, adanya keterkaitan antara para pihak untuk mematuhi isi dari perjanjian yang apabila dilanggar dapat menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kesepakatan dalam perjanjian

³³ Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, Cet. Ke-1, hlm.80

³⁴ *Ibid*, hal 87

³⁵ *Ibid*, hal 51

waralaba. Kemudian dalam hubungan hukum antara *franchisor* dengan *franchisee* timbul hak dan kewajiban dari masing-masing yang diakibatkan dari perjanjian waralaba itu sendiri. Adapun hak dan kewajiban itu antara lain sebagai berikut:³⁶

Secara umum kewajiban *franchisor* dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Memberikan semua informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan serta distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek waralaba.
- b. Memberikan bantuan pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada *franchisee*.

Hak *franchisor* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba.
- b. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha *franchisee*.
- c. Mewajibkan *franchisee* untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha.
- d. Mewajibkan agar *franchisee* tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang diwaralabakan.
- e. Menerima pembayaran *royalti* dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya.
- f. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada *franchisee* untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh *franchisee* selama masa pelaksanaan waralaba.

Kewajiban *franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh *franchisor* guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- b. Memberikan keleluasaan kepada *franchisor* untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan *franchisee* telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik.
- c. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari *franchisor*.

³⁶ www.hukumonline.com ; diakses tanggal 24 September 2014

- d. Membeli barang modal tertentu maupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari *franchisor*.
- e. Menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas.
- f. Melakukan pendaftaran waralaba
- g. Melakukan pembayaran *royalti* dengan jumlah yang telah disepakati bersama.
- h. Jika terjadi pengakhiran waralaba, maka wajib mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh.

Hak *franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dari ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi objek waralaba yang diperlukan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan.
- b. Memperoleh bantuan dari *franchisor* atas segala macam cara pemanfaatan dan penggunaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

Perjanjian *Franchise* dibuat oleh para pihak, yaitu *Franchisor* dan *franchisee*, yang keduanya berkualifikasi sebagai subyek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. Perjanjian *Franchise* adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik *Franchise* (*Franchisor*) dengan Pemegang *Franchise* (*Franchisee*) dimana pihak *franchisor* memberikan hak kepada pihak *Franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang-barang (produk) dan atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan *franchisor*, sementara *franchisee* membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya. Hubungan hukum antara pihak *Franchisor* dengan pihak *Franchisee* secara teori adalah hubungan antara dua pihak yang *independen* atau berdiri sendiri, dimana hak dan kewajiban mereka ditentukan oleh kedua belah pihak dalam suatu perjanjian yang telah mereka buat sendiri. *Franchisee* merupakan bagian daripada *Franchisor* hal ini dapat dilihat dari komponen-komponen dagang yang dimiliki oleh *Franchisee* mirip dengan milik *Franchisor* seperti logo, merek, nama dagang, jenis *Franchise*, sistem manajemen, dan lain-lain. Namun outlet milik *Franchisee* tidak dapat dikatakan sebagai bagian dari agen *Franchisor*, sebab modal dan tempat usaha adalah milik dari *Franchisee*, akan

tetapi konsep dan penataan ruang harus sama atau disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku dalam perjanjian.³⁷

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) yang dilampirkan dalam penulisan skripsi ini, menjelaskan tentang klausul Hubungan Hukum antar pihak dalam perjanjian waralaba tersebut dicantumkan dalam ketentuan Pasal 26. Pasal 26 ayat (1) Perjanjian Waralaba antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) menyebutkan, “*Penerima Waralaba bukan merupakan afiliasi, subsidiari, anak perusahaan, karyawan, agen, perwakilan, (atau kuasa dari) Pemberi Waralaba*”. Kemudian isi dari Pasal 26 ayat (2) Perjanjian Waralaba antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) memberikan penjelasan lebih rinci lagi tentang hubungan hukum antar para pihak dalam perjanjian waralaba tersebut, isi pasal tersebut yakni berbunyi,

“Penerima Waralaba merupakan suatu usaha yang terpisah dan bebas berdiri sendiri dan karenanya, setiap dan segala tindakan dan perbuatan Penerima Waralaba adalah merupakan beban dan tanggung jawab Penerima Waralaba sendiri dan tidak dengan cara apapun berkaitan dengan Pemberi Waralaba.”

Sesuai dengan isi penjelasan dari Pasal 26 Perjanjian Waralaba antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) tersebut bahwa hubungan antara Penerima Waralaba dengan Pemberi Waralaba dalam kaitannya sebagai para pihak pelaku usaha bisnis waralaba itu sendiri tidak lebih hanyalah sebuah hubungan mitra kerja yang masing-masing pihak satu sama lain terpisah dan bebas berdiri sendiri yang mana segala tindakan dan perbuatannya merupakan tanggung jawab dari masing-masing pihak itu sendiri.

Hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, Penerima Waralaba memberi bantuan kepada Pemberi Waralaba dan di sisi lain Penerima Waralaba memberi keuntungan/royalti kepada Pemberi Waralaba sehingga keduanya saling bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat melalui tata cara yang telah ditentukan oleh

³⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba, Op. Cit.*, hlm.92

Pemberi Waralaba. "Dengan bantuan modal dari Penerima Waralaba yang juga ikut menanggung resiko, dan mempunyai dedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan ringan"³⁸. Jadi, keseimbangan hak dan kewajiban antara pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba harus diwujudkan di dalam perjanjian waralaba guna memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak. Pada dasarnya, perjanjian waralaba merupakan pemberian izin dari Pemberi Waralaba untuk memakai Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) kepada Penerima Waralaba dengan membayar royalti atas pemakaian HKI tersebut atau dapat dikatakan sebagai pemberian lisensi yang meliputi berbagai HKI Pemberi Waralaba misalnya, nama dagang, logo, desain ataupun paten.³⁹

3.2 Akibat Hukum Bila Penerima Waralaba Melakukan Pelanggaran Atas Hak Merek Dari Pemberi Waralaba

Setiap perjanjian waralaba yang telah dibuat oleh kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak, apabila tidak dilaksanakan maka dapat dikatakan melakukan wanprestasi. Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee* dalam perjanjian waralaba dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan *franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan sistem waralaba⁴⁰. Akibat hukum yang ditimbulkan bila terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba yakni *Franchisor* akan melakukan pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak dan menuntut ganti kerugian.

3.2.1 Pelanggaran Terhadap Merek

Pengertian pelanggaran merek adalah bentuk-bentuk pelanggaran merek secara umum yaitu berupa pemalsuan (*counterfeit*) dan pembajakan (*piracy*). Pelanggaran tersebut tidak hanya merugikan si pemilik merek yang sah saja, akan tetapi juga dapat merugikan kepentingan konsumen yang mungkin membeli produk berdasarkan pertimbangan kualitas atau harapan tertentu yang diwakili oleh suatu merek barang, namun ternyata memperoleh barang dengan merek palsu atau merek bajakan, selain itu

³⁸ Joseph Mancuso & Donald Boroian, 1995, *Pedoman Membeli & Mengelola Franchise*, Jakarta: PT.Delapratasa, hlm.17

³⁹ *ibid*

⁴⁰ Adrian Sutedi, *Op. Cit*, hlm.80

imbas dari hal tersebut juga diasakan oleh pihak pemerintah yang seharusnya memperoleh pemasukan berupa pajak yang dapat dikutip pada produk yang asli.⁴¹

Pelanggaran Merek adalah pelanggaran terhadap hak pemilik merek dagang dan merek jasa terdaftar yang berupa pelanggaran hak-hak keperdataan maupun pelanggaran pidana merek. Sebagaimana diketahui bahwa hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar. Karena merupakan hak khusus, maka pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa ijin pemiliknya. Orang yang berminat menggunakan merek orang lain harus terlebih dahulu mengadakan perjanjian lisensi dan mendaftarkannya ke Kantor Ditjen HKI. Apabila tanpa melakukan perjanjian lisensi, tetapi langsung membuat merek yang sama pada pokoknya atau pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik orang lain dan digunakan pada barang atau jasa yang sama tanpa pendaftaran merek, hal ini merupakan pelanggaran Hak Atas Merek. Jadi bentuk pelanggaran berupa peniruan merek terdaftar. Istilah lain untuk pelanggaran tersebut dikenal istilah “pembajakan hak merek”⁴².

Ada 3 (tiga) bentuk pelanggaran terhadap merek yang dapat merugikan konsumen maupun pengusaha lain yaitu:⁴³

1. *Trademark piracy* (Pembajakan Merek)

Pembajakan merek terjadi ketika suatu merek, biasanya merek terkenal asing, yang belum terdaftar kemudian didaftarkan oleh pihak yang tidak berhak. Akibatnya permohonan pendaftaran pemilik merek yang asli ditolak oleh kantor merek setempat karena dianggap serupa dengan merek yang sudah terdaftar sebelumnya.

2. *Counterfeiting* (pemalsuan)

Pemalsuan merek dapat terjadi ketika suatu produk palsu atau produk dengan kualitas lebih rendah ditempel dengan merek terkenal. Di Indonesia, pemalsuan merek terkenal sering terjadi terutama terhadap produk-produk garmen yang kebanyakan merupakan merek luar negeri seperti *Levi's*, *Wrangler*, *Osella*, *Country Fiesta*, *Hammer*, *Billabong*, dan *Polo Ralph Laurent*. Pemalsuan merek dapat dikatakan sebagai kejahatan ekonomi, karena para pemalsu merek tidak hanya menipu dan merugikan konsumen dengan produk palsunya namun juga merusak reputasi dari pengusaha aslinya.

⁴¹ Insan Budi Maulana, 1999, *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*, Bandung: hlm.143

⁴² *Ibid*, hlm.144

⁴³<http://wonkdermayu.wordpress.com/artikel/perlindungan-hukum-terhadap-pemanfaatan-merek-terkenal/>, diakses tanggal 28 November 2013

3. *Imitations of labels and pac* (peniruan label dan kemasan suatu produk)

Pelanggaran merek yang mirip dengan pemalsuan merek adalah peniruan label dan kemasan produk. Bedanya, pada pemalsuan merek label atau kemasan produk yang digunakan adalah tiruan dari yang aslinya, sedangkan pada peniruan, label yang digunakan adalah miliknya sendiri dengan menggunakan namanya sendiri. Pelaku peniruan berusaha mengambil keuntungan dengan cara memirip-miripkan produknya dengan produk pesaingnya atau menggunakan merek yang begitu mirip sehingga dapat menyebabkan kebingungan di masyarakat. Dalam hal penggunaan merek yang begitu mirip dengan merek orang lain yang terdaftar maka pelaku peniruan tersebut melakukan pelanggaran merek, misalnya penggunaan merek “*Bally*” dan “*Bali*”, “*Oreo*” dan “*Rodeo*” atau “*Eveready*” dan “*Everlast*”⁴⁴.

Kata-kata yang dijadikan merek oleh pelaku peniruan bisa mirip atau bahkan berbeda dengan merek pelaku usaha lainnya, namun ketika warna atau unsur dalam kemasan yang digunakan identik (sama serupa) atau mirip dengan pesaingnya barulah hal ini menyebabkan kebingungan dan juga mengarahkan masyarakat atau konsumen kepada penggambaran yang keliru. Pemakaian merek yang mirip dengan merek terkenal milik orang lain secara tidak berhak dapat menyesatkan konsumen terhadap asal-usul, dan atau kualitas barang. Pelanggaran terhadap hak atas merek ini juga sangat merugikan konsumen karena konsumen akan memperoleh barang-barang atau jasa yang biasanya mutunya lebih rendah dibandingkan dengan merek asli yang sudah terkenal tersebut, bahkan adakalanya produksi palsu tersebut membahayakan kesehatan dan jiwa konsumen⁴⁵.

Pelanggaran terhadap hak merek motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan secara mudah, dengan mencoba meniru atau memalsu merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat, dari tindakan tersebut maka masyarakat dirugikan baik itu produsen maupun konsumennya, selain itu Negara pun dirugikan. Dari setiap Undang-Undang yang mengatur merek maka pasti ditetapkan hak merek orang lain, ketentuan yang mengatur dapat bersifat pidana, perdata maupun administrasi sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang merupakan peraturan perundang-undangan yang mengatur segala sesuatu tentang hukum merek.

⁴⁴ *ibid*

⁴⁵ Insan Budi Maulana, *Op. Cit*, hlm.144

Merek merupakan suatu identitas bagi sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen yang merupakan bagian aset dari perusahaan. Bisa dikatakan identitas ini mempunyai pengertian pada kualitas produksi suatu barang, artinya barang tersebut memiliki ciri khas tersendiri. Hal inilah yang memerlukan perlindungan hukum. Apabila terjadi pembajakan merek tetapi kualitas barang berlainan akan mengganggu stabilitas dan jaminan konsumen terhadap barang tersebut.

Dalam hal ini sangat bergantung pada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar mendapat perlindungan hukum. Dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dinyatakan bahwa hak atas merek adalah,

“Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”

Selanjutnya, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyatakan bahwa,

“Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek yang bersangkutan dan dapat diperpanjang”.

Seseorang atau badan hukum apabila ingin agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu. Suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Syarat penting yang sekaligus menjadi ciri utama suatu merek ialah adanya daya pembeda (*distinctiveness*) yang cukup. Merek yang dipakai haruslah sedemikian rupa sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang atau jasa suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lainnya

Terkait dengan perlindungan hukum secara pidana, yaitu dengan pemberian hukuman kepada barang siapa yang telah melakukan kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 90, 91, dan 94 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pasal 90 pada dasarnya memberikan ancaman hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah kepada barang siapa

yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Sementara Pasal 91 memberikan ancaman hukuman penjara maksimal empat tahun dan/atau denda maksimal delapan ratus juta rupiah bagi barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Sedangkan Pasal 94 memberikan ancaman hukuman pidana kurungan maksimal satu tahun atau denda maksimal dua ratus juta rupiah bagi barang siapa yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud Pasal 90 dan 91. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, tindak pidana sebagaimana dimaksud di atas merupakan delik aduan.

Perlindungan hukum secara perdata juga diberikan kepada pemegang merek yang sah. Kalau hak merek telah dipegang, maka menurut sistem hukum merek Indonesia, pihak pemegang merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum⁴⁶, artinya apabila terjadi pelanggaran hak atas merek, pihak pemegang merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lainnya yang melakukan pelanggaran hak atas merek. Gugatan ini ditujukan untuk mendapatkan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan diajukan di Pengadilan Niaga hal ini sesuai dalam ketentuan Pasal 76 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Gugatan ganti rugi dan/atau penghentian perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek secara tanpa hak tersebut memang sudah sewajarnya, karena tindakan tersebut sangat merugikan pemilik merek yang sah. Bukan hanya kerugian ekonomi secara langsung, tetapi juga dapat merusak citra merek tersebut apabila barang atau yang menggunakan merek secara tanpa hak tersebut kualitasnya lebih rendah dari pada barang atau jasa yang menggunakan merek secara sah. Pasal 77 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek lebih lanjut menjelaskan bahwa,

“Gugatan atas pelanggaran merek sebagaimana dimaksud dalam pasal 76 dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar, baik secara

⁴⁶ http://pou-pout.blogspot.com/2010/03/Penolakan_Pendaftaran_Merek_yang_Memiliki_Persamaan_dengan_Merek_Terkenal. Diakses tanggal 29 November 2014

sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik merek yang bersangkutan”.

3.2.2 Akibat Hukum bila terjadi pelanggaran atas hak merek dalam perjanjian waralaba

Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi ataupun melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera dalam perjanjian waralaba. Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan para pihak dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemungkinan pihak yang dirugikan mendapat ganti rugi ini merupakan perlindungan yang diberikan oleh hukum positif Indonesia⁴⁷. Pengertian prestasi menurut Pasal 1234 KUH Perdata adalah, *“Tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu”.*

Sebaliknya dianggap wanprestasi bila seorang:

1. *Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;*
2. *Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;*
3. *Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat; atau*
4. *Melakukan sesuatu yang menurut kontrak tidak boleh dilakukannya.*

Suatu perjanjian/kontrak/perikatan yang dibuat oleh para pihak dapat memiliki akibat hukum. Akibat hukum dari suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1338 KUH Perdata meliputi tiga macam yaitu:

- a) Perjanjian bersifat mengikat para pihak. Hal ini senada dengan bunyi Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan *“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.* Ketentuan ini mengisyaratkan betapa kuatnya kedudukan hukum suatu perjanjian meskipun perjanjian tersebut dibuat oleh para pihak yang bukan tergolong pejabat publik.
- b) Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali kecuali berdasarkan kata sepakat kedua belah pihak, atau berdasarkan alasan-alasan yang dibenarkan oleh undang-undang. Ketentuan ini dimaksudkan agar setiap orang yang membuat perjanjian harus

⁴⁷<http://prasetyohp.wordpress.com/problematika-perlindungan-merek-di-indonesia/>, diakses tanggal 27 November 2014

berkomitmen penuh untuk melaksanakan semua isi perjanjian dan tidak mudah mempermainkan sebuah permainan.

- c) Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Perjanjian yang tidak didasari iktikad baik misalnya didasari motif penipuan dan atau penggelapan, dapat berpotensi untuk dinyatakan batal demi hukum karena melanggar salah satu asas perjanjian yaitu “sebab yang halal”. Jika unsur penipuan dan penggelapan tersebut dapat dibuktikan maka pelakunya dapat dikenai sanksi pidana penjara sesuai aturan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.⁴⁸

Suatu kontrak/perjanjian/perikatan dapat berakhir atau hapus karena berbagai macam sebab, berakhirnya kontrak dapat digolongkan menjadi 12 sebab yaitu: (a) pembayaran, (b) novasi atau pembayaran utang, (c) kompensasi atau perjumpaan utang, (d) konfusio atau percampuran utang, (e) pembebasan utang, (f) kebatalan atau pembatalan, (g) berlaku syarat batal, (h) jangka waktu kontrak telah berakhir, (i) dilaksanakannya obyek perjanjian, (j) kesepakatan kedua belah pihak, (k) pemutusan kontrak secara sepihak, dan (l) adanya putusan pengadilan⁴⁹. Berakhirnya suatu kontrak/perjanjian juga dapat terjadi karena faktor Pembatalan Kontrak sebagaimana datur dalam Pasal 1446 hingga Pasal 1456 KUH Perdata. Pembatalan kontrak dapat disebabkan karena: (a) adanya perjanjian yang dibuat oleh orang-orang yang belum dewasa dan atau dibawah pengampuan, (b) tidak mengindahkan bentuk perjanjian yang dipersyaratkan dalam undang-undang, (c) adanya cacat kehendak seperti kekhilafan, paksaan, dan penipuan.⁵⁰

Berdasar ketentuan dalam klausul-klausul yang telah dibuat dan disepakati oleh masing-masing pihak yang tertuang kedalam Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) disebutkan bahwa kualifikasi jenis merek yang digunakan dalam perjanjian waralaba ini ialah penggunaan merek jasa. Pengertian merek jasa menurut pasal 1 angka 3 menyebutkan,

“Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.”

⁴⁸ Iswi Hariyani & R. Serfianto D.P, *Op. Cit*, hlm.86

⁴⁹ *Ibid*, hlm.88

⁵⁰ *Ibid*, hlm.90

Berbagai hal yang mengatur tentang merek jasa dalam perjanjian waralaba tersebut disebutkan kedalam ketentuan Pasal 20 yang berisi;

“Pasal 20.1 Penerima Waralaba wajib untuk menggunakan Merek Jasa milik Pemberi Waralaba dalam setiap aktifitas Gerai.”

“Pasal 20.2 Penerima Waralaba tidak diperkenankan dengan cara apapun menjual, mendaftarkan atau mengalihkan Merek Jasa tersebut, sehingga seolah-olah menjadi milik Penerima Waralaba atau pihak ketiga.”

“Pasal 20.3 Pemberi Waralaba berhak setiap saat, berdasarkan atas kebijaksanaanya sendiri melakukan perubahan dan/atau modifikasi terhadap setiap bagian dari Merek Jasa, termasuk tetapi tidak terbatas pada huruf, logo dan warna.”

Juga dijelaskan isi Lampiran 2 yang ada dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) memuat segala ketentuan mengenai cirri khas khusus serta *trade mark* atau faktor pembeda yang ada dalam merek jasa yang dimiliki oleh Pihak Pemberi Waralaba yakni mengenai berbagai ketentuan kombinasi warna-warna, kata-kata, huruf maupun logo dari karakteristik yang dimiliki oleh merek jasa tersebut.

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) memuat klausul tentang hal-hal yang diklasifikasikan sebagai wanprestasi yang dilakukan oleh Penerima Waralaba selama Perjanjian Waralaba berjalan, klausul-klausul tersebut dicantumkan dalam Pasal 23 Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008). Mengenai pelanggaran atas hak merek dalam hal ini Merek Jasa dari Pemberi Waralaba yang dilakukan pihak Penerima Waralaba dalam Perjanjian Waralaba tersebut terdapat dalam ketentuan Pasal 23.1 Huruf E yang berbunyi:

“Penerima Waralaba menyalahgunakan, memberikan lisensi kepada pihak ketiga untuk menggunakan Merek Jasa atau mengalihkan secara tanpa hak atau dengan cara apapun meletakkan beban atas Merek Jasa.”

Pasal 23.2 Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) memberikan penjelasan lebih lanjut tentang akibat hukum apabila terjadi pelanggaran atas hak merek yang dilakukan Penerima Waralaba, yakni pihak Pemberi Waralaba

selaku pihak yang dirugikan atas pelanggaran atas hak merek tersebut mempunyai hak dan wewenang untuk dapat mengakhiri Perjanjian Waralaba tersebut. Pasal 23.2 menyebutkan:

“Dalam hal Penerima Waralaba melakukan wanprestasi, Pemberi Waralaba dapat mengakhiri Perjanjian ini dengan tidak mengurangi pemenuhan kewajiban Penerima Waralaba yang telah timbul sebelum berakhirnya Perjanjian.”

3.3 Upaya Yang Bisa Ditempuh Oleh Pemberi Waralaba Atas Pelanggaran Hak Merek Yang Telah Dilakukan Penerima Waralaba

Sistem hukum Indonesia memang belum terdapat yang secara khusus mengatur tentang penyelesaian perselisihan dalam waralaba dan pilihan forum penyelesaiannya. Didalam perjanjian waralaba, biasanya ada klausul yang mengenai penyelesaian sengketa. Dijelaskan dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba bahwa dalam perjanjian waralaba sedikitnya memuat klausul tentang penyelesaian sengketa. Untuk menyelesaikan sengketa dalam perjanjian waralaba terdapat klausul pilihan hukum atau pilihan forum apabila terjadi perselisihan. Pilihan hukum merupakan hal yang penting dalam suatu perjanjian waralaba, jika terjadi sengketa serta tempat hukum mana yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan-perselisihan yang timbul. Selain ada pilihan hukum terdapat pula pilihan forum yang dimungkinkan penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau penyelesaian sengketa berdasarkan proses litigasi.

Pada dasarnya setiap perjanjian ataupun perjanjian waralaba sekalipun itu bentuknya yang dibuat para pihak dalam perjanjian harus dapat dilakukan dengan sukarela dan beritikad baik dalam perjanjian tersebut, namun dalam keberlangsungan prakteknya perjanjian yang dibuat para pihak tersebut seringkali dilanggar. Para pihak seringkali tidak memperhatikan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian, padahal ketentuan-ketentuan tersebut telah diketahui dan disepakati oleh para pihak. Tetapi dalam kenyataannya para pihak tersebut yang seringkali melanggar ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian tersebut. Para pihak seakan-akan lupa serta tidak mengindahkan akan hak, wewenang, maupun kewajiban yang harus dilakukan oleh para pihak sehingga melahirkan suatu keadaan yang disebut wanprestasi atau ingkar janji yang dapat merugikan salah satu pihak sehingga menyebabkan suatu perselisihan hukum atau sengketa diantara para pihak yang ada dalam perjanjian tersebut.

Sengketa bisnis yang mungkin timbul dapat perjanjian waralaba dapat terjadi antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*), sengketa bisnis bisa saja terjadi berkenaan dengan praktik pelaksanaan isi perjanjian waralaba yang dinilai tidak sesuai dengan kesepakatan. Penyelesaian sengketa bisnis (sengketa perdata), termasuk penyelesaian sengketa bisnis perjanjian waralaba terkait bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual yaitu hak merek dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) maupun diluar pengadilan (non-litigasi).⁵¹

3.3.1 Upaya Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan (Litigasi)

Penyelesaian sengketa bisnis melalui pengadilan dapat dilakukan dengan cara mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan yang berwenang, jika sengketa tersebut menyangkut perjanjian waralaba, maka gugatan diajukan kepada Pengadilan Negeri. Pada perjanjian waralaba yang dibuat dalam bentuk standar biasanya juga dicantumkan tentang klausul tentang cara penyelesaian sengketa dan pengadilan yang dipilih.⁵² Karena gugatan diajukan ke Pengadilan Negeri, maka tata cara pengajuan gugatannya menggunakan hukum acara yang berlaku atau digunakan di lingkungan peradilan umum.⁵³

Mengenai langkah awal yang mendahului suatu pemeriksaan di pengadilan yang pertama adalah pemenuhan seluruh syarat formil dan materiil suatu surat gugatan dimana jika syarat ini telah dipenuhi maka proses selanjutnya adalah pendaftaran surat gugatan tersebut ke bagian kepaniteraan pengadilan yang mempunyai kewenangan mengadili perkara tersebut, berikutnya penggugat membayar biaya perkara yang telah ditentukan besarnya oleh pengadilan negeri/niaga dan kemudian mendapat nomer register dari bagian kepaniteraan, perkara diserahkan kepada Ketua Pengadilan Negeri untuk mendapatkan penetapan siapa yang akan menjadi majelis hakim tersebut menentukan jadwal persidangan akan dimulai, dan majelis hakim akan memerintahkan panitera untuk menugaskan kepada jurusita memanggil para pihak pada hari yang telah ditetapkan sebagai hari persidangan.⁵⁴

⁵¹ *Ibid*, hlm.121

⁵² *ibid*

⁵³ Djamal, 2009, "*Hukum Acara Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia*" Bandung: Rieneka Cipta, Hlm.34

⁵⁴ *ibid*, hlm. 53

Menurut ketentuan Pasal 7 Peraturan Mahkamah Agung Nomor 01 tahun 2008 tentang prosedur Mediasi di Pengadilan, pada hari sidang yang telah ditentukan yang dihadiri kedua belah pihak, hakim mewajibkan para pihak untuk menempuh mediasi. Hakim, melalui kuasa hukum atau langsung kepada para pihak, mendorong para pihak untuk berperan langsung atau aktif dalam proses mediasi. Kuasa hukum para pihak berkewajiban mendorong para pihak sendiri berperan langsung atau aktif dalam proses mediasi. Hakim wajib menjelaskan prosedur mediasi sesuai Perma No. 01 Tahun 2008 ini kepada para pihak yang bersengketa. Apabila para pihak sepakat atau setuju untuk melakukan mediasi yang ditawarkan oleh majelis hakim maka para pihak berhak memilih mediator dan dalam waktu paling lama 5 (lima) hari kerja setelah para pihak menunjuk mediator yang disepakati, masing-masing pihak dapat menyerahkan resume perkara kepada satu sama lain dan kepada mediator.⁵⁵

Pasal 13 Peraturan Mahkamah Agung Nomor 01 tahun 2008 tentang prosedur Mediasi di Pengadilan, menyebutkan:

“Proses mediasi berlangsung paling lama 40 (empat puluh) hari kerja sejak mediator dipilih oleh para pihak atau ditunjuk oleh ketua majelis hakim. Atas dasar kesepakatan para pihak, jangka waktu mediasi dapat diperpanjang paling lama 14 (empat belas) hari kerja sejak berakhir masa 40 (empat puluh) hari. Jika diperlukan dan dilakukan atas dasar kesepakatan para pihak, mediasi dapat dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan alat komunikasi.”

Akan tetapi bilamana upaya mediasi tersebut tidak berhasil menyelesaikan permasalahan antar masing-masing pihak selanjutnya akan dibacakan surat gugatan.

Pada tahap awal pemeriksaan dipersidangan, dimungkinkan hal-hal yang berhubungan dengan perubahan surat gugatan atau pencabutan surat gugatan. Pada sengketa Hak Atas Kekayaan Intelektual juga dimungkinkan pihak yang dirugikan mengajukan permohonan penetapan sementara pengadilan atau disingkat PSP yang merupakan suatu bentuk upaya hukum yang bersifat sementara (*provisionil*) dan dapat dimohonkan didalam suatu sengketa Hak Atas Kekayaan Intelektual oleh pihak yang merasa dilanggar haknya dengan tujuan untuk mencegah kerugian yang lebih besar pada pihak tersebut dan mencegah berlanjutnya pelanggaran.⁵⁶ Hakim untuk mendapatkan gambaran yang tidak sepihak, dengan pengertian hanya dari pihak penggugat, hakim

⁵⁵ <http://hukum.kompasiana.com/2011/02/23/prosedur-mediasi-di-pengadilan-berdasarkan-perma-nomor-01-tahun-2008/> diakses tanggal 27 November 2014

⁵⁶ Djamal, *Op. Cit*, Hlm.57

memberikan kesempatan kepada tergugat untuk mengajukan jawaban terhadap segala dalili-dalil yang dikemukakan oleh pihak penggugat. Ada 2 (dua) macam jawaban tergugat dipersidangan, yaitu :

1. Jawaban yang tidak langsung mengenai pokok perkara yang sering disebut tangkisan (*eksepsi*)
2. Jawaban tergugat yang langsung mengenai pokok perkara (*verwer ten principe*)⁵⁷

Pada saat jawab menjawab tidak saja antara surat jawaban yang diajukan guna menanggapi dalil-dalil gugatan penggugat, melainkan juga pada saat pengajuan *duplik* yang merupakan hak tergugat sebagai tanggapan atas *replik* penggugat yang merupakan tanggapan penggugat atas jawaban tergugat dalam persidangan. *Replik* adalah jawaban atau tanggapan dari penggugat baik tertulis maupun lisan yang diajukan kepersidangan yang merupakan hak penggugat (boleh digunakan, boleh juga tidak) sebagai jawaban atau tanggapan dari penggugat untuk menguatkan dalili-dalil gugatannya serta bertujuan untuk mematahkan dan menolak alasan-alasan yang dikemukakan tergugat dalam jawabannya. *Duplik* adalah jawaban atau tanggapan dari tergugat baik tertulis maupun lisan yang diajukan kepersidangan yang merupakan hak tergugat sebagai jawaban atau tanggapan serta bertujuan untuk mematahkan dan menolak alasan-alasan yang dikemukakan penggugat dalam *replik*.⁵⁸

Setelah proses jawab-menjawab dilalui maka akan masuk pada proses pembuktian, dimana para pihak diberi kesempatan untuk membuktikan dalil-dalil yang pernah dikemukakan pada tahap jawab-menjawab. Tujuan pembuktian adalah untuk mencapai putusan yang dapat dirasakan adil bagi para pihak yang berperkara, karena pembuktian itu secara tidak langsung merupakan sarana bagi hakim untuk mengkonsultir didalam membuat putusan. Dalam hal tahap pemeriksaan bukti telah dilakukan, maka dilanjutkan dengan tahap kesimpulan para pihak. Yang selanjutnya apabila telah dilakukan maka dilanjutkan dengan pembacaan putusan majelis hakim atas perkara yang bersangkutan.

Pelaksanaan putusan pengadilan dapat dilakukan apabila putusan pengadilan itu telah berkekuatan hukum tetap, yaitu apabila tidak ada pengajuan upaya hukum atas putusan tersebut dari pihak lawan atau telah diterima baik oleh para pihak. Putusan *deklatoir*, yang hanya sekedar menerangkan atau menetapkan suatu keadaan saja tidak perlu dieksekusi, demikian pula dengan putusan *konstitutif*, yang menciptakan atau

⁵⁷ *ibid*, hlm. 58

⁵⁸ *ibid*, hlm.60

menghapuskan suatu keadaan tidak perlu dilaksanakan. Putusan yang perlu dieksekusi adalah putusan *comdemnatoir* yaitu putusan yang berisi penghukuman, dimana pihak yang kalah dihukum untuk melakukan sesuatu ataupun tidak melakukan sesuatu, dimana dalam hal ini termasuk putusan pada sengketa dalam perjanjian waralaba terkait hak merek dimana putusannya bersifat *comdemnatoir*.

3.2.2 Upaya Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan (Non-Litigasi)

Penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi) didasarkan pada isi perjanjian waralaba yang dibuat para pihak, dimana dalam praktek biasa diatur dalam salah satu klausul isi pasal terakhir dalam perjanjian waralaba yang dibuat para pihak, dimana dalam praktek biasa diatur dalam salah satu klausul isi pasal terakhir dalam perjanjian waralaba yang dapat dilakukan dengan menggunakan musyawarah dimana dalam Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) atau *Alternative Dispute Resolution* (ADR) yang telah memiliki dasar hukum yang kuat sejak diterbitkannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, dimana penggunaan Alternatif Penyelesaian Sengketa yang paling banyak digunakan saat ini adalah: Negosiasi, Mediasi, Konsiliasi, Arbitrase dan Pendapat Mengikat.⁵⁹

Negosiasi dalam bahasa sehari-hari sering kita dengar padanannya dengan istilah “berunding” atau “musyawarah”, dimana orang yang mengadakan perundingan disebut negosiator. Negosiasi secara umum diartikan sebagai upaya penyelesaian sengketa tanpa melalui proses peradilan dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerjasama yang lebih harmonis dan kreatif.⁶⁰ Melalui negosiasi para pihak yang bersengketa atau berselisih paham dapat melakukan suatu proses penjajakan kembali akan hak dan kewajiban para pihak dengan atau melalui suatu situasi yang sama-sama menguntungkan, dengan melepaskan atau memberikan kelonggaran atas hak-hak tertentu berdasarkan pada asas timbal balik.⁶¹

Negosiasi apabila mengalami kegagalan, maka para pihak yang bersengketa dapat menempuh cara lanjutan yaitu mediasi. Mediasi adalah upaya penyelesaian sengketa para pihak dengan kesepakatan bersama melalui mediator yang bersikap netral, dan tidak membut keputusan dan kesimpulan bagi para pihak tetapi menunjang

⁵⁹ Iswi Hariyani, R.Serfianto, *Op. Cit*, Hlm.122

⁶⁰ *ibid*, Hlm.124

⁶¹ Djamal, *Op. Cit*, Hlm.78

fasilitator untuk terlaksananya dialog antar pihak dengan suasana keterbukaan, kejujuran, dan tukar pendapat untuk tercapainya mufakat. Upaya mediasi antar kedua belah pihak yang bersengketa melibatkan pihak ketiga sebagai penengah (mediator), yang dapat diambil dari orang yang netral yang dinilai arif dan bijaksana serta memahami pokok sengketa yang dipermasalahkan. Mediator dalam sengketa waralaba dapat diambilkan dari pejabat Negara terkait atau pimpinan asosiasi waralaba.⁶²

Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa dengan menyerahkannya kepada suatu komisi orang-orang yang bertugas untuk menguraikan atau menjelaskan fakta-fakta dan (biasanya setelah mendengar para pihak dan mengupayakan agar mereka mencapai suatu kesepakatan), membuat usulan-usulan untuk suatu penyelesaian, namun keputusan tersebut tidak mengikat. Konsiliasi dengan mediasi memiliki kesamaan dan perbedaan, kesamaan keduanya adalah sama-sama melibatkan pihak ketiga untuk menyelesaikan sengketa secara damai sedangkan perbedaannya adalah pada keterlibatan pihak ketiga atau penengah; pada konsiliasi, penengah hanya bertindak sebagai fasilitator yang hanya mempertemukan para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalahnya sendiri, sedangkan pada mediasi penengah berusaha secara aktif membantu para pihak yang bersengketa menemukan dan menawarkan solusi yang tepat dan bermanfaat.⁶³

Sengketa bisnis waralaba apabila tidak berhasil diselesaikan dengan cara negosiasi, mediasi, atau konsiliasi, dapat diselesaikan lebih lanjut dengan cara arbitrase. Arbitrase berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa yaitu:

“Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata diluar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.”

Berdasarkan pengertian isi Pasal tersebut maka penyelesaian dengan cara arbitrase harus didasarkan pada perjanjian arbitrase, perjanjian arbitrase menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah:

“Perjanjian arbitrase adalah suatu kesepakatan berupa klausul arbitrase yang tercantum dalam suatu perjanjian tertulis yang dibuat para pihak

⁶² Iswi Hariyani, R.Serfianto, *Op. Cit*, Hlm.125

⁶³ *Ibid*, Hlm.128

sebelum timbul sengketa, atau suatu perjanjian arbitrase sendiri yang dibuat para pihak setelah timbul sengketa.”

Sampai saat ini belum ada lembaga arbitrase yang secara khusus mengatur tentang penyelesaian sengketa dibidang waralaba, maka para pihak dapat menggunakan lembaga arbitrase seperti Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) yang didirikan oleh kamar dagang dan industri Indonesia (KADIN)⁶⁴. Penyelesaian sengketa dengan arbitrase ini dipimpin oleh seorang arbiter atau wasit yaitu seorang atau lebih yang dipilih para pihak yang bersengketa atau ditunjuk oleh Pengadilan Negeri atau ditunjuk oleh lembaga arbitrase untuk memberikan putusan yang berkaitan dengan sengketa tertentu yang penyelesaiannya disepakati untuk diserahkan melalui arbitrase.⁶⁵

Cara yang terakhir adalah dengan Pendapat Mengikat (*legal binding opinion*) yaitu salah satu bentuk penyelesaian sengketa alternative yang dilakukan para pihak dengan cara meminta pendapat para ahli yang berkompeten dengan pokok masalah yang dipersengketakan. Pendapat mengikat pada saat ini telah mulai dipraktikan dalam penyelesaian sengketa perdata yang khusus terjadi dibidang pasar modal oleh Badan Arbitrase Pasar Modal Indonesia (BAPMI), pendapat mengikat juga telah dipraktikan dibidang perdagangan berjangka komoditi oleh Badan Arbitrase Perdagangan Berjangka Komoditi (BAKTI).⁶⁶

Mengenai ketentuan penyelesaian sengketa dalam upaya yang bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran hak merek yang telah dilakukan penerima waralaba, metode yang digunakan dalam menyelesaikan sengketa antara para pihak dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) adalah dengan menggunakan metode non litigasi , yaitu dengan cara melakukan msyawarah. Sesuai dengan ketentuan Pasal 27.2 Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) yang menyebutkan:

“Semua perselisihan yang timbul sehubungan dengan pelaksanaan Sistem, Panduan dan Perjanjian ini akan diselesaikan secara musyawarah untuk mufakat.”

⁶⁴ *ibid*, Hlm.130

⁶⁵ *ibid*, Hlm.133

⁶⁶ *ibid*, Hlm.124

Lebih lanjut apabila musyawarah tidak menyelesaikan sengketa maka penyelesaian perselisihan tersebut para pihak setuju menyelesaikannya melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI), ketentuan ini sesuai dengan isi dari Pasal 27.3 Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) yang berbunyi:

“Apabila penyelesaian musyawarah tidak dapat dicapai, Para Pihak menyetujui untuk menyelesaikannya melalui Badan Arbitrase Nasional (BANI) di Jakarta dengan menggunakan peraturan, prosedur dan ketentuan arbitrase pada BANI.”

Tentang penjelasan penyelesaian perselisihan yang dituangkan dalam Pasal 27 Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) antara PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan CV. Sumber Wonorejo (SAT-SWO/WL/JBR/IX/2014/008) yakni memprioritaskan penyelesaian perselisihan antar pihak dengan cara musyawarah mufakat, tentunya dengan tujuan agar permasalahan cepat terselesaikan tanpa banyak menghabiskan biaya yang besar serta waktu penyelesaian perselisihan yang tidak berlarut-larut. Kemudian apabila penyelesaian perselisihan dengan cara musyawarah mufakat tersebut tidak berhasil menyelesaikan permasalahan, selanjutnya para pihak masing-masing telah setuju sesuai klausul dalam perjanjian waralaba tersebut untuk menyelesaikannya melalui badan penyelesaian sengketa diluar pengadilan yakni Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) di Jakarta dengan menggunakan peraturan, prosedur dan ketentuan arbitrase pada BANI.