

ANALISIS AKIBAT PERJNJIAN WARALABA YANG TIDAK TERDAFTAR DALAM PERPEKTIF HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Darell Tri Jaya, Urbanisasi

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum,
Universitas Tarumanagara, Indonesia

Author Corresponding:
Darell Tri Jaya

Abstract.

Franchising is known as a concept or business pattern that contains the Franchisor as the business owner giving permission or part of his rights to the Franchisee to run a business using the business system owned by the Franchisor with certain conditions set by the Franchisor. When the parties have agreed and carried out the agreement, a problem arises in the agreement. Based on Article 3 PP Number 42 of 2007 stipulates: Franchises must meet the criteria, one of which is regarding registered IPR, as in this matter, what is analyzed is how its position is in arranging legal relations in the form of rights and obligations that have been agreed upon by business actors (the parties) and what are the legal consequences of a franchise agreement on a brand that has not been registered in the perspective of Intellectual Property Rights and the Civil Code. The result, according to Article 3 of the Law on Trademark Rights, is an exclusive right granted by the state to owners of marks registered in the general register of marks for a certain period of time by using the mark themselves or giving permission to other parties to use it. In order for a mark to be protected by law, a mark registration must be carried out, the conditions that must be met by a mark in order to be registered are: to have differentiating power; is a sign on goods or services: does not conflict with religious morality, decency, and public order; not in the form of information or related to the goods or services requested for registration. If a trademark is not registered in Indonesia, then the mark does not receive legal protection in Indonesia. Trademarks that are not registered are considered non-existent and have not received legal protection, so a franchise agreement cannot be entered into.

Keywords: Franchise, Agreement, Intellectual Property Rights.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, istilah Waralaba berasal dari bahasa inggris, yang dikenal dengan *franchise*. Asal mula katanya ini berasal dari bahasa Prancis kuno yang berarti bebas. Sekitar abad pertengahan, pemerintah atau bangsawan di Inggris menggunakan *franchise* untuk memberikan hak khusus seperti untuk mengoperasikan kapal feri atau berburu di tanah milik pemerintah atau bangsawan tersebut.¹ Sedangkan untuk saat ini, franchise atau waralaba dikenal

¹ Bambang N. Rachmadi, 2007, *Franchising The Most Practicial and Excellent Way Of Succeeding*, Cetakan Kedua, Jakarta: Gramedia Pustaka, hal. 7

sebagai konsep atau pola bisnis yang memuat Pihak Franchisor sebagai pemilik bisnis memberikan ijin atau sebagian haknya kepada Pihak Franchisee untuk menjalankan usaha dengan menggunakan sistem bisnis yang dimiliki Franchisor dengan syarat-syarat tertentu yang ditetapkan oleh Franchisor.

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain ialah pihak penerima waralaba diharuskan membayar sejumlah uang sebagai Franchise Fee dan Manajemen Fee serta harus bersedia mentaati segala ketentuan yang ditetapkan oleh pemilik waralaba atau franchisor. Franchisee bersedia menerima syarat-syarat tersebut karena tertarik pada kenyataan bahwa bisnis yang menggunakan sistem bisnis milik Franchisor tersebut telah terbukti sukses serta telah terbukti mendatangkan keuntungan yang lebih besar dibanding membuka usaha sendiri, bukti kesuksesan itu ialah karena menggunakan sistem milik Franchisor itu usaha yang dijalankan menjadi memiliki ciri khas dan memiliki keunggulan yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor.

Alasan hal tersebut tidak mudah ditiru oleh pesaing bisnis lainnya, dikarenakan setiap sistem atau ketentuan tersebut harus mendapat izin dari Franchisor terlebih dahulu. Jadi apabila ada, penggunaan sistem tanpa ijin Franchisor merupakan pelanggaran hukum karena beberapa bagian dari sistem telah menjadi Hak Kekayaan Intelektual milik Franchisor yang dilindungi undang-undang. Di samping itu tanpa ijin Franchisor siapapun akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan sistem tersebut secara utuh karena salah satu bagian dari sistem berupa Rahasia Dagang yang sangat dijaga kerahasiaannya oleh Franchisor.

Sebagaimana perjanjian waralaba yang belum terdaftar dalam perspektif Hak Kekayaan Intelektual yang terjadi pada hari Senin di bulan Juni 2013 lalu, telah dibuat perjanjian waralaba antara Sylvana Shoe sebagai pemberi waralaba dengan Erlina Anggraini sebagai penerima waralaba. Perjanjian tersebut merupakan perjanjian tertulis antara Sylvana Shoe dengan Erlina Anggraini adalah perjanjian pemberian waralaba. Bahwa pemberi waralaba adalah sebuah usaha perorangan yang rang lingkup kegiatannya meliputi usaha makanan ringan yang menjual makanan berupa kentang goreng dengan merek "*Mix French Fries*", dan sekaligus pemilik merek dagang "*Mix French Fries*".

Bahwa penerima waralaba adalah orang perorangan yang berkehendak untuk mendirikan sebuah usaha yang menjual makanan berupa kentang goreng merek "*Mix French Fries*" milik pemberi waralaba, dan karenanya penerima waralaba telah meminta waralaba merek "*Mix French Fries*" tersebut kepada pemberi waralaba bagi usaha yang didirikannya. Bahwa, atas permintaan waralaba merek "*Mix French Fries*" tersebut, pemberi waralaba dengan ini telah sepakat untuk memberikan waralaba kepada penerima waralaba dengan ketentuan pemberian waralaba sebagaimana yang akan diatur dalam perjanjian yang dibuat oleh para pihak.

Perjanjian pemberian waralaba tersebut dibuat dengan syarat-syarat yang telah disepakati para pihak, dimana para pihak sepakat untuk mengikatkan diri dan tunduk serta melaksanakan isi perjanjian. Pada saat para pihak telah sepakat dan menjalankan perjanjian muncul masalah dalam perjanjian tersebut. Berdasarkan Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007 mengatur: Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan;
- f. hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar Penjelasan Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007 menentukan: "Yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek dan/atau hak cipta dan/atau paten dan/atau rahasia dagang yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang".

Oleh sebab itu, berkaitan dengan Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007 tersebut ternyata merek "Mix French Fries" adalah merek dagang yang tidak terdaftar dalam daftar umum merek di dirjen HKI, sehingga merek tersebut belum memenuhi syarat-syarat sebuah merek untuk dilindungi. Sehingga seharusnya tidak dapat dilakukan waralaba atas merek tersebut.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang menggunakan studi kepustakaan terhadap bahan-bahan hukum yang berisi dari bahan hukum primer, sekunder serta tersier, terutama yang berkaitan dengan materi yang dikaji, yang mencakup peraturan perundang-undangan yang sedang berjalan yang mempunyai kekuatan mengikat dan buku literatur. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan secara *Statute Approach* dan *Conceptual Approach*. *Statute Approach* merupakan pendekatan yang dilaksanakan dengan metode mengenali serta mengulas peraturan perundang – undangan yang berjalan saat ini yang berkaitan dengan materi yang dikaji, serta *Conceptual Approach* merupakan pendekatan yang dilaksanakan dengan metode menelusuri pandangan para ahli, literatur-literatur, doktrin-doktrin serta bahan bacaan lainnya yang jadi teori pendukung dalam pembahasan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

ANALISIS KEDUDUKANNYA DALAM MERANGKAI HUBUNGAN HUKUM DALAM BENTUK HAK DAN KEWAJIBAN YANG TELAH DISEPAKATI OLEH PARA PELAKU USAHA (PARA PIHAK)

Kontrak atau perjanjian adalah sangat penting kedudukannya dalam merangkai hubungan hukum dalam bentuk hak dan kewajiban yang telah disepakati oleh para pelaku usaha (para pihak) yang harus ditaati dan dilaksanakan dengan penuh iktikad baik demi untuk mengamankan transaksi bisnisnya. Perjanjian franchise atau waralaba, yang disyaratkan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2007 dalam penyelenggaraan waralaba, sangat penting kedudukannya dalam hubungan hukum antar para pihak guna menjamin dan melindungi hak dan kewajiban yang telah disepakati oleh para pelaku bisnis (para pihak).

Pada dasarnya franchise terbentuk ketika franchisor menjalin hubungan hukum berupa perjanjian kerjasama secara terpadu, termasuk memperjanjikan kerjasama untuk memanfaatkan Merek dan Rahasia Dagang milik Franchisor dalam suatu periode tertentu dengan Francisee berdasarkan pedoman penyelenggaraan usaha yang ditetapkan oleh Franchisor. Idealnya perjanjian franchise atau waralaba harus ditaati dan dilaksanakan dengan penuh iktikad baik oleh para pihak, termasuk ketaatan untuk menjaga dan tidak membuka Rahasia Dagang kepada pihak manapun tanpa seijin franchisor.

Namun karena peluang pelanggaran terhadap Rahasia Dagang memang selalu terbuka maka perjanjian franchise harus tetap mengantisipasi berbagai kemungkinan terjadinya pelanggaran, termasuk apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh Franchisee yaitu berupa perbuatan atau tindakan dengan sengaja membuka atau mempergunakan Rahasia Dagang di luar yang diperjanjikan tanpa persetujuan dari Franchisor, sehingga merugikan pihak Franchisor, dan pada akhirnya menimbulkan akibat hukum yang menyebabkan sengketa antara pihak Franchisor dan Franchisee. Dalam Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat disebutkan bahwa bentuk usaha waralaba termasuk yang dikecualikan.

Maksudnya larangan-larangan yang diatur dalam Undang-Undang tersebut dapat atau boleh disimpangi oleh pelaku usaha waralaba. Namun karena dalam waralaba potensi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sangat dimungkinkan maka pengecualiannyapun diberlakukan tidak mutlak. Pembuatan perjanjian waralaba harus tunduk pada Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2009 terhadap perjanjian yang berkaitan dengan Hak Atas kekayaan Intelektual. Disamping itu pembuatan perjanjian waralaba juga harus tunduk pada Peraturan Komisi

Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2009 terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba.

ANALISIS AKIBAT HUKUM DARI PERJANJIAN WARALABA ATAS MEREK YANG BELUM TERDAFTAR DALAM PERSPEKTIF HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DAN KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA

Pengertian waralaba dapat di lihat dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disebut PP Waralaba), menjelaskan bahwa, definisi dari waralaba ialah sebagai: "Hak Khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri Khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba".

Berkaitan dengan kasus ini waralaba dikategorikan sebagai perjanjian yang dasar ketentuannya mengacu pada Pasal 1320 KUH Perdata yang harus dibuat dengan obyek tertentu, dan apabila suatu perjanjian tersebut tidak memenuhi unsur tidak dibuat berdasarkan obyek tertentu maka perjanjian akan memiliki akibat batal demi hukum. Sedangkan, dari segi aspek yuridis yang lain, dapat juga ditemukan dari Pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba menyebutkan bahwa: "Pemberi waralaba, yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan haknya kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba, sedangkan penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba".

Waralaba merupakan sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba dalam jangka waktu tertentu dengan sepakat memberikan lisensi kepada penerima waralaba agar dapat melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas pemberi waralaba dalam sebuah wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.

Sedangkan, pihak Pemberi waralaba akan memberikan bantuan kepada penerima waralaba, bantuan tersebut antara lain seperti keuntungan dalam arti penerima waralaba tidak memulai usahanya benar-benar mulai nol, melainkan pihak Penerima Waralaba melakukan usahanya dengan dorongan dari merek dagang yang telah ia dapatkan setelah membayar royalty dalam jangka waktu tertentu. Untuk itu, sebagai imbalannya penerima waralaba diharuskan

membayar sejumlah uang kepada pemberi waralaba dalam bentuk “*innitial fee* dan *royalty*”.

Pasal 4 PP Waralaba menyebutkan bahwa, “suatu waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan atau berdasar pada hukum Indonesia”. Dari uraian Pasal tersebut, Kevin Kogin menyatakan pendapatnya bahwa: “Perjanjian Waralaba merupakan bentuk kontrak *innominaat*”. Sedangkan menurut Salim H.S, “Kontrak merupakan kontrak-kontrak yang timbul, tumbuh, dan berkembang di dalam praktik timbulnya kontrak itu karena adanya asas kebebasan berkontrak”.

Selanjutnya berkaitan dengan pasal 3 PP Waralaba Levita Supit menyatakan: “Tak semua bisnis dapat diwaralabakan”, karena menurut Undang-Undang hanya bisnis yang sudah lewat lima tahun yang bisa diwaralabakan. Tidak hanya syarat jangka waktu, melainkan juga bisnis atau usaha tersebut setidaknya harus memiliki cabang minimal tiga unit, dan bisnis itu prospektif untuk kedepannya”.

Syarat-syarat tersebut selanjutnya ditegaskan lebih lanjut oleh Lathifah Hanim yang menyatakan bahwa: “Waralaba dalam perspektif hak kekayaan intelektual adalah suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama-sama dua jenis hak kekayaan intelektual tertentu”. Pada dasarnya, merek dagang memiliki daya pembeda antara satu jenis barang yang sama dengan barang lainnya. Salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemerintah Indonesia menurut Sudarmanto adalah “Mengatur norma standar internasional untuk perlindungan di bidang hak kekayaan intelektual dan aspek dagang yang terkait hak kekayaan intelektual atau yang disebut *Trade Related Aspec Of Intellectual Property Right Agreement* (selanjutnya disebut TRIPs).” Sebagaimana hingga saat ini aturan tersebut telah diatur dan diubah hingga menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek (selanjutnya disebut UU Merek).

Pasal 1 angka 1 UU Merek menjelaskan mengenai definisi Merek yakni: “sebuah ttanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hu[um dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Berkaitan dengan Pasal I angka 1 UU Merek Sudarmanto menyatakan, “Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”. Dalam kasus ini, Merek “*Mix French Fries*” merupakan unsur dari nama, kata dan huruf-huruf yang digunakan dalam kegiatan perdagangan untuk membedakan

antara satu jenis usaha makanan yang sama dengan makanan yang dijual oleh orang lain atau pihak lain, sehingga merek "*Mix French Fries*" dapat disebut sebagai merek dagang.

Selanjutnya, definisi merek dagang juga telah dijelaskan lebih lanjut dalam ketentuan Pasal 1 angka 2 UU Merek yang menyebutkan bahwa: "merek dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya". Melihat dari ketentuan Pasal 1 angka 2 UU Merek tersebut merek "*Mix French Fries*" merupakan merek yang digunakan pada barang atau jenis usaha yang memiliki kategori makanan, kaitannya dengan kasus ini merek "*Mix French Fries*" merupakan outlet makanan atau franchise makanan yang diperdagangkan oleh Silvana, adanya merek tersebut, dibentuk oleh Silvana dengan tujuan memberikan cita rasa tertentu dan perbedaan dengan barang sejenis lainnya.

Sebagaimana menurut Pasal 3 UU Merek menentukan bahwasannya: "Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan 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", sedangkan yang dimaksud HAKI menurut Sanusi Bintang. "Hak manual eksklusif yang terdiri dari dua macam hak: Pertama, hak ekonomi (*economic right*) sebagai hak yang dimiliki oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan atas kekayaan intelektual. Kedua, hak moral (*moral right*)" merupakan hak yang melindungi kepentingan pribadi pencipta atau penemu. Hak moral hanya terdapat pada desain industri, selain juga hak cipta, dan tidak pada merek dagang.

Indonesia sebagai salah satu negara yang menganut sistem hukum civil law dalam hak merek menerapkan sistem konstitutif atau sistem first to file dalam memberikan hak merek tertentu kepada seseorang agar mendapatkan suatu haknya. Maksud dari sistem konstitutif ini ialah pihak pertama yang mengajukan permohonan pendaftaran mereknya ke Ditjen HAKI dan permohonan diterima, maka pihak pertama tersebut merupakan pihak yang memiliki hak atas merek tersebut.

Sedangkan perihal hak merek terkenal menurut sistem *first to file* tetap telah mendapatkan perlindungan di Indonesia, karena telah diakui dan disahkan dalam UU Merek, hal tersebut dibuktikan dengan merek terkenal telah mendapat perlindungan dari dua cara yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum secara refresif. Undang-Undang Merek melindungi Merek terkenal, yang dimana permohonan merek akan ditolak jika mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek Terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia diatur berdasarkan UU Merek. Walaupun secara tidak langsung telah

mendapat perlindungan, tetapi alangkah lebih baik apabila merek terkenal sebaiknya tetap didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut DJKI). Hal ini digunakan sebagai upaya pencegahan merek agar tidak digunakan oleh orang lain.

Karena merek "*Mix French Fries*" sebagai merek dagang merupakan merek yang belum didaftarkan dalam daftar umum merek, sehingga belum dilindungi oleh Undang-undang Merek dan pemilik merek "*Mix French Fries*" tidak memiliki hak eksklusif sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek. Untuk dapat melakukan upaya hukum atas pelanggaran merek, merek tersebut harus didaftarkan di Indonesia, dengan demikian untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum atas merek "*Mix French Fries*" maka merek tersebut harus terdaftar dalam daftar umum merek di Ditjen HKI.

Menurut penegasan Endang Purwaningsih, Agar suatu merek dapat dilindungi hukum maka harus dilakukan pendaftaran merek, syarat yang harus dipenuhi oleh suatu merek agar dapat didaftarkan: memiliki daya pembeda; merupakan tanda pada barang atau jasa; tidak bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan, dan ketertiban umum; tidak berupa keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Jika suatu merek tidak dilakukan pendaftaran di negara Indonesia maka merek tersebut tidak mendapat perlindungan hukum di Indonesia. Berdasarkan Perlindungan merek ditegaskan dalam Pasal 35 UU Merek yang mengatur, merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama. Perpanjangan merek tersebut diatur dalam Pasal 35 ayat (2) UU Merek yang mengatur, pemilik merek terdaftar setiap kali dapat mengajukan permohonan perpanjangan untuk jangka waktu yang sama. Suatu merek terdaftar mendapat perlindungan dalam jangka waktu 10 tahun, sehingga pemelik hak eksklusif dapat menggunakan merek tersebut dan dapat mengalihkan hak ekonomi dengan perjanjian pemberian waralaba.

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 para pihak yang bersangkutan. Untuk itu apabila para pihak mengakui dan mematuhi perjanjian yang mereka buat walaupun tidak memenuhi syarat perjanjian itu berlaku di antara mereka.

Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, untuk sahnya suatu perjanjian para pihak harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. sepakat mereka mengikatkan diri
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

3. suatu hal tertentu;
4. suatu sebab yang halal.

Para pihak yang mengadakan perjanjian harus memiliki kata sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang di adakan tersebut. Apa yang kehendaki pihak pertama juga di kehendaki pihak lain. Para pihak dalam suatu perjanjian, harus mempunyai kemauan yang bebas untuk mengikatkan diri hal ini di karenakan negara kita menganut asas kebebasan berkontrak, artinya seseorang tersebut tidak dalam keadaan paksaan, Khilafan dan penipuan.

Orang yang membuat perjanjian harus cakap menurut hukum Artinya para pihak yang akan membuat perjanjian dan akan terikat oleh perjanjian tersebut harus mempunyai kemampuan untuk menyadari tanggung jawab yang akan di tanggung atas perbuatan tersebut dan orang tersebut tidak di bawah pengampuan. Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang di janjikan adalah mengenai sutau objek tertentu yang telah di sepakati oleh para pihak. Suatu sebab yang halal, artinya objek yang di perjanjikan oleh para pihak tidak pertentangan oleh undang-undang.

Dalam pasal 1265 KUH Perdata, syarat batal adalah suatu syarat yang apabila terpenuhi, menghentikan perjanjian dan membawa segala sesuatu kembali pada keadaan semula seolah-olah tidak pernah terjadi perjanjian. Pengertian batal demi hukum adalah dari awal perjanjian itu telah batal, atau dianggap tidak pernah ada, apabila svarat objektif tidak terpenuhi. Perianjian waralaba tersebut batal demi hukum, dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan/atau tidak pernah ada suatu perikatan.

Seorang pemilik merek terdaftar dapat memberikan hak ekonomi yang dimiliki kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi. Perjanjian lisensi tersebut tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Endang Purwaningsih, "Waralaba sebenarnya bisnis dengan alas hak merek". Lebih lanjut Endang Purwaningsih menyatakan, "Pemberian hak merek melalui perjanjian dapat berbentuk perjanjian lisensi Perjanjian lisensi berisi bahwa pemegang hak merek memberi izin (lisensi) kepada pihak lain berdasarkan perjanjian untuk melaksanakan perbuatan hak eksklusif dari si pemilik hak merek". Bahwa merek "*Mix French Fries*" bukanlah merupakan merek terdaftar dalam daftar umum merek sehingga perjanjian waralaba tidak bisa dilakukan.

Pasal 42 ayat (1) UU Merek mengatur, "Pemilik Merek terdaftar dapat memberikan Lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa". Lebih lanjut Henry Soegeng menyatakan, "Sertifikat merek memiliki sifat konstitutif, karena dengan adanya sertifikat merek tersebut timbul perlindungan hukum bagi si pemilik merek atas mereknya tersebut". Untuk mendapat perlindungan sebuah merek harus didaftarkan dan akan diterbitkan sertifikat merek dengan demik ian merek

tersebut telah ada dan dapat dialihkan dengan menggunakan perjanjian pemberian waralaba. Pasal 42 ayat (3) UU Merek mengatur, "Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatannya pada Direktorat Jenderal dengan dikenai biaya dan akibat hukum dari pencatatan perjanjian lisensi berlaku terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dan terhadap pihak ketiga".

Pasal 42 ayat (4) UU Merek mengatur, "Perjanjian lisensi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dicatat oleh Direktorat Jenderal dalam daftar umum merek dan diumumkan dalam berita resmi merek". Pasal 44 UU Merek Mengatur, "Penggunaan Merek terdaftar di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia oleh penerima Lisensi dianggap sama dengan penggunaan Merek tersebut di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia oleh pemilik Merek."

Berkaitan dengan pendaftaran merek, Kevin Kogin menyatakan, "Bila merek tersebut belum didaftarkan dan belum memiliki sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di Direktorat Jenderal HKI maka merek tersebut belum lahir (ada)". Berkaitan dengan kasus diatas merek "Mix French Fries" belum didaftarkan sehingga merek tersebut belum mendapat perlindungan dan dianggap belum ada. Oleh karena itu perjanjian waralaba tersebut tidak memiliki obyek. Berkaitan dengan kasus tersebut, merek "Mix French Fries" bukanlah sebuah merek menurut UU Merek, karena merek tersebut tidak didaftarkan sehingga tidak mendapat perlindungan hukum dari negara Indonesia. Berkaitan dengan perjanjian pemberian waralaba yang telah dibuat, seharusnya perjanjian harus berisi obyek tertentu dan memenuhi salah satu syarat sah nya perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata. Oleh karena merek "Mix French Fries" belum didaftarkan maka merek tersebut dianggap belum lahir dan tentu saja bertentangan dengan syarat sah nya perjanjian.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian penjelasan tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan Pasal 3 UU Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan 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.
- b. Agar suatu merek dapat dilindungi hukum maka harus dilakukan pendaftaran merek, syarat yang harus dipenuhi oleh suatu merek agar dapat didaftarkan: memiliki daya pembeda; merupakan tanda pada barang atau jasa; tidak bertentangan dengan moralitas agama, Kesusilaan, dan ketertiban umum; tidak berupa keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran. Jika suatu merek tidak dilakukan pendaftaran di negara Indonesia maka merek tersebut tidak mendapat perlindungan hukum di Indonesia.

Merek yang tidak di daftarkan di anggap tidak ada dan belum mendapat perlindungan hukum, sehingga tidak dapat dilakuk an perjanjian waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, Budi, Suseno, Waralaba; Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba, Cetakan Pertama, Jogjakarta: Pilar Humania, 2005
- Douglas, J Queen, Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise, Cetakan Pertama, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 1993
- Fuady Munir, Hukum Kontrak, dari sudut Pandang Hukum Bisnis, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.
- Harahap M.Yahya, Segi-Segi Hukum Perjanjian. Bandung : Alumni, 1982
- Karamoy Amir, Sukses Usaha Lewat Waralaba, Cetakan Pertama, (Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika, 1996
- Pasaribu, Chairuman. 2004. Hukum Perjanjian Dalam Islam. Jakarta: sinar Grafika.
- Salim H. S. 2003.Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
- Subekti, Hukum Perjanjian, Jakarta : PT Intermasa, cetakan ke-XI, 1987
- Sumardi Juajir, Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional,(Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995
- Widjaja, Gunawan.2002. Lisensi atau Waralaba. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- , 2003.Waralaba. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Kabaret Widjajakusuma. 2002.Menggagas Bisnis Islami.Jakarta: Gema Insani Press.
- Kartini Muijadi dan Gunawan Widjaja, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004