

**PERLINDUNGAN HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DALAM KONTRAK *FRANCHISE* PRODUK *CHEMICAL JOSS CLEAN***

***LEGAL PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN
JOSS CLEAN CHEMICAL PRODUCT FRANCHISE CONTRACTS***

Di Angelo Fellest Hyaning Sabda, Zaenal Arifin, Endang Setyowati

Fakultas Hukum, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia
diangelofellest@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the application of Intellectual Property Rights in the franchise agreement on the Chemical Joss Clean Product Franchise contract and the legal consequences if there is a breach of contract on the Chemical Joss Clean Product Franchise. The innovative and environmentally friendly "Chemical Joss Clean" product is highly dependent on the protection of intellectual property rights (IPR) such as copyright, trademarks, patents, and trade secrets. To prevent unauthorized use, this study highlights the importance of the franchise agreement as a legal protection tool for the parties involved, and can sue legally if there is a violation, thus providing a sense of security and legal certainty between PT. Muhandas Citra Cemerlang as the franchisor and Franchisee CV. Damar Luhur Abadi as the recipient of the Franchise regarding the implementation of the franchise agreement. The urgency of the research is to ensure the success and sustainability of the franchise business. The research method uses juridical law with qualitative data analysis. The results of this study are the Franchise Agreement between PT. Muhandas Citra Cemerlang and CV. Damar Luhur Abadi has fulfilled the elements contained in Article 1320 of the Civil Code so that the agreement that has been established will bind both parties and become law for both parties. Points concerning IPR are regulated in Article 12 of Intellectual Property Rights in the Joss Clean product business partner agreement letter. The supervision mechanism from the franchisor to ensure that franchisees comply with the provisions related to the IPR of Joss Clean products, both PT. Muhandas Citra Cemerlang and CV. Damar Luhur Abadi have committed to jointly maintaining and supervising the use of the Joss Clean brand in accordance with the applicable agreement.

Keywords: Franchise, intellectual Property Rights, Legal Protection.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Hak Kekayaan Intelektual dalam perjanjian waralaba pada kontrak waralaba (*Franchise*) Produk *Chemical Joss Clean* dan akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada kontrak *Franchise* Produk *Chemical Joss Clean*. Produk "*Chemical Joss Clean*" yang inovatif dan ramah lingkungan sangat tergantung pada perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) seperti hak cipta, merek dagang, paten, dan rahasia dagang. Untuk mencegah penggunaan yang tidak sah, penelitian ini menyoroti pentingnya perjanjian *franchise* sebagai alat perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat, dan dapat menuntut secara hukum jika terjadi pelanggaran, sehingga memberikan rasa aman dan kepastian hukum antara PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku franchisor dan Franchisee CV. Damar Luhur Abadi selaku penerima *Franchise* mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba (*Franchise*). Urgensi penelitian untuk menjamin keberhasilan dan kelangsungan bisnis *franchise*. Metode penelitian menggunakan hukum yuridis dengan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Perjanjian Waralaba antara PT. Muhandas Citra Cemerlang dan CV. Damar Luhur Abadi telah memenuhi unsur-unsur yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata sehingga kesepakatan yang telah terjalin akan mengikat kedua belah pihak dan menjadi hukum bagi kedua belah pihak. Poin-poin yang menyangkut HKI diatur dalam Pasal 12 Hak Kekayaan Intelektual pada surat perjanjian mitra bisnis produk *Joss Clean*. Mekanisme pengawasan dari pihak franchisor untuk memastikan penerima waralaba mematuhi ketentuan terkait HKI produk *Joss Clean* baik pihak PT. Muhandas

Citra Cemerlang dan CV. Damar Luhur Abadi sudah berkomitmen untuk bersama-sama menjaga dan melakukan pengawasan penggunaan merek *Joss Clean* sesuai perjanjian yang berlaku. Cemerlang dan CV. Damar Luhur Abadi sudah berkomitmen untuk bersama-sama menjaga dan melakukan pengawasan penggunaan merek *Joss Clean* sesuai perjanjian yang berlaku.

Kata kunci: Franchise, Hak Kekayaan Intelektual, Perlindungan Hukum

A. PENDAHULUAN

Franchise merupakan salah satu bisnis yang didasarkan pada perjanjian antara dua belah pihak yaitu antara pemilik hak (franchisor) dan yang diberi hak (Franchise) untuk menjalankan suatu bisnis dari franchisor menurut sistem dan standar tertentu. Sebagai imbalannya, Franchisee membayar Franchise fee dan royalty fee pada franchisor seperti yang telah diatur dalam perjanjian yang telah disepakati. Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007. Waralaba dalam perspektif Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama sama dua jenis Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yaitu Merek (termasuk merek dagang, merek jasa dan indikasi asal) dan Rahasia Dagang. Hak Kekayaan Intelektual yang diberikan hanyalah hak untuk menjual atau mendistribusikan produk barang atau jasa dengan menggunakan merek tertentu saja, tanpa disertai dengan kewenangan dan atau tindakan untuk melakukan suatu hal tertentu baik dalam bentuk pengelolaan atau pengolahan lebih lanjut yang memberikan tambahan nilai pada produk barang yang dijual tersebut. Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Penyelenggaraan waralaba ini selanjutnya dirubah ke dalam Peraturan Menteri Perdagangan 57/m-dag/per/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba dan dijelaskan apa saja yang harus dicantumkan dalam perjanjian waralaba yakni nama, alamat, Jenis HKI, jenis unit usaha, kewajiban dan hak para pihak, jangka waktu dan proses penyelesaian sengketa baik itu memperpanjang maupun pemutusan perjanjian waralaba. Meskipun perjanjian yang dibuat adalah dalam rangka dunia bisnis, untuk membuat perjanjian yang sah tetap harus menyesuaikan kaedah hukum yang sudah ditetapkan seperti yang tercantum dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Sehingga syarat sahnya perjanjian sudah dipenuhi, maka suatu perjanjian bisa dianggap sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Istilah perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUH Perdata) hanya menyebutkan perikatan yang berasal dari perjanjian (kontrak) dan yang lahir dari Undang-undang. Definisi perjanjian dapat ditemukan dalam Pasal 13 KUH Perdata di mana, Perjanjian merupakan sebuah kejadian di mana satu orang atau lebih berjanji kepada satu orang lain atau lebih. Peristiwa perjanjian tersebut akan melahirkan suatu hubungan

antara dua orang atau lebih yang disebut dengan perikatan. Sehingga perjanjian sangat berpengaruh untuk menunjang dalam ranah kegiatan bisnis.

Menurut penelitian Ningrum et al., (2021) ¹menjelaskan bahwa pada waralaba harus memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), jika tidak maka perjanjian dapat batal demi hukum. Berdasarkan penelitian Sari (2020) ²masih terdapat beberapa aspek dalam praktik waralaba yang belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi pihak franchise. Berdasarkan penelitian Supartinah (2023) ³menjelaskan tentang pengaturan hukum mengenai kegiatan usaha waralaba sesuai pada ketentuan Buku III KUHPerdara tentang Perikatan mengenai perjanjian dan merujuk kepada asas-asas perjanjian pada umumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada fokus penelitian yang membahas tentang STPW, perlindungan hukum tentang waralaba, akan tetapi belum menyoroti tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) bagi franchisor, sehingga pada penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum tentang HKI yang tertuang dalam kontrak franchise.

Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan HKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh Franchise, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba. *Franchise* produk "*Chemical Joss Clean*" merupakan suatu konsep bisnis yang berfokus pada produk pembersih yang inovatif dan memiliki formula unik yang ramah lingkungan. Dengan demikian, keberhasilan bisnis ini sangat terkait dengan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektualnya, termasuk hak cipta, merek dagang, paten, dan rahasia dagang. Perlindungan hukum terhadap HKI dalam kontrak Franchise "*Chemical Joss Clean*" menjadi penting karena dapat memastikan bahwa inovasi-inovasi yang dibuat oleh pemilik waralaba tetap terlindungi dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Dengan demikian, keunggulan kompetitif bisnis dapat dipertahankan dengan lebih efektif⁴. Para pemilik waralaba akan merasa lebih terdorong untuk menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya dalam penelitian dan pengembangan produk jika mereka yakin bahwa hasilnya akan dilindungi oleh hukum. Dengan adanya perlindungan HKI yang kuat, pemilik waralaba dapat lebih terdorong untuk menginvestasikan sumber daya dalam penelitian dan pengembangan produk baru, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi. Perlindungan

¹ Tika Ayu Listia Ningrum, "(Franchisee) Terhadap Pewaralaba (Franchisor) Yang Tidak Memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (Stpw)," 2021, 1–19.

² D.N. Sari, *Analisis Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Terhadap Perlindungan Hukum Penerima Waralaba (Franchise)* (Yogyakarta: Universitas Islam Sunan Kalijaga, 2020).

³ S Supartinah, "Tinjauan Yuridis Sengketa Perjanjian Waralaba Lp3i Tentang Hak Cipta Dan Merek (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia No. 2787 K/Pdt/2012)" (Universitas Nasional Jakarta, 2023).

⁴ Dyah Permata Budi Asri, "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 27, no. 1 (2020): 130–50, <https://doi.org/10.20885/iustum.vol27.iss1.art7>.

ini juga memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang dengan mencegah persaingan tidak sehat dan penggunaan ilegal atas merek dagang. Penelitian ini ditujukan untuk dapat mengetahui penerapan HKI dalam perjanjian waralaba dan mengetahui akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada kontrak *Franchise* Produk *Chemical Joss Clean*.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis yang didukung dengan data lapangan mengenai bagaimana penerapan HKI dalam perjanjian waralaba pada kontrak waralaba (*Franchise*) Produk *Chemical Joss Clean* dan Bagaimanakah akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada kontrak *Franchise* Produk *Chemical Joss Clean*. Spesifikasi penelitian adalah deskriptif analitis, yaitu cara memaparkan keadaan obyek yang diteliti hukum yang berlaku dan pelaksanaannya saat ini. Penelitian ini memiliki data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan *franchisor* dan *franchisee*, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil pustaka bahan hukum primer yakni semua aturan hukum yang mengikat⁵ yang terdiri dari UUD Tahun 1945, KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang; Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Permendag Nomor: 12/MDAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, Permendag Nomor 46 tahun 2009 tentang Perubahan Permendag Nomor 36 Tahun 2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan, Permendag Nomor : 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, dan berbagai peraturan yang berkaitan dengan waralaba atau *Franchise*. Selain itu, data primer diambil dari bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Perjanjian Waralaba Pada Kontrak *Franchise* Produk *Chemical Joss Clean*

Penerapan HKI dalam perjanjian waralaba di Indonesia tidak hanya melindungi hak-hak pemilik waralaba (*franchisor*) tetapi juga memberi jaminan bagi penerima waralaba (*franchisee*) dalam menjalankan bisnis yang telah diatur dalam perjanjian⁶. Di Indonesia, waralaba diatur melalui berbagai peraturan, di antaranya Permendag No. 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan

⁵ Putri Mahadewi, "Kajian Tentang Perkembangan Globalisasi Dalam Formulasi Kebijakan Pembangunan Hukum Nasional Indonesia," *Adil Indonesia Jurnal* 2, no. 1 (2019): 42–48, <https://doi.org/10.32502>.

⁶ Arif Effendi, "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Pada Usaha Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian)," *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 2 (2021): 533–47.

Waralaba, dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis⁷ serta berbagai undang-undang terkait HKI seperti Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan UU No. 13 Tahun 2016 tentang Paten. Melalui regulasi ini, pemerintah mengakui bahwa HKI merupakan bagian penting dari aset bisnis dalam perjanjian waralaba. HKI memainkan peranan yang sangat vital dalam perjanjian waralaba di Indonesia. Melalui perlindungan HKI, baik pemberi maupun penerima waralaba mendapatkan kejelasan dan kepastian hukum terkait penggunaan elemen-elemen kekayaan intelektual. Namun, untuk memastikan keberhasilan penerapan HKI dalam waralaba, kedua belah pihak perlu memahami dengan baik hak dan kewajiban yang diatur dalam perjanjian serta mendukung peningkatan kesadaran akan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual dalam bisnis. Perlindungan yang kuat terhadap HKI tidak hanya mengamankan aset bisnis, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan investasi bisnis waralaba di Indonesia.

Pasal 1 angka 1 Permendag No. 71/M-DAG/PER/9/2019 mendefinisikan waralaba (*franchise*) sebagai hak khusus yang dimiliki 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 waralaba⁸. Perlindungan hukum terhadap merek diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Berdasarkan pada asas kebebasan berkontrak dalam Pasal 1338 KUHPerdata, Para pihak dalam kontrak bebas untuk membuat perjanjian. Penerapan Pasal tersebut tidak boleh melanggar syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 - Pasal 1337 KUHPerdata yaitu harus adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, hal yang diperjanjikan mengenai suatu hal tertentu, adanya sebab yang halal. Di dalam surat perjanjian tersebut, para pihak yang telah cakap hukum melakukan perjanjian tentang pemakaian merek dan sistem bisnis yang dimiliki pihak pertama (*franchisor*) oleh pihak kedua (*franchisee*).

Jenis waralaba yang di terapkan pada produk *Joss Clean* oleh PT. Muhandas Citra Cemerlang adalah *Distributorships (Product Franchise)*. Dalam waralaba ini, *franchisor* memberikan lisensi kepada *Franchisee* untuk menjual barang-barang hasil produksinya. Pemberian lisensi ini bersifat eksklusif ataupun noneksklusif. Seringkali terjadi *Franchisee* diberi hak eksklusif untuk memasarkan di suatu wilayah tertentu. Jenis waralaba inilah yang paling dikenali masyarakat⁹. Hak

⁷ Indonesia, "UU 20/2016/Merek Dan Indikasi Geografis," *Jdih Bpk Ri*, no. 1 (2016): 1–51, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>.

⁸ Dwi Rezki Sri Astarini and M H SH, *Penghapusan Merek Terdaftar: Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Jo. Perubahan UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Di Hubungkan Dengan TRIPs-WTO* (Penerbit Alumni, 2021).

⁹ Yudhi Immanuel Sibuea, Muhammad Aditya Iskandar Noernikma, and Muhammad Yasid, "Implikasi Undang-Undang Haki Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Reddoorz Di Medan," *Jurnal Retentum* 3, no. 2 (2021), <https://doi.org/10.46930/retentum.v3i2.2014>.

Kekayaan Intelektual produk *Joss Clean* yang meliputi merek dagang, hak cipta dan rahaisa dagang yang merupakan hak dari pemberi waralaba yang harus dijaga penerimanya. Dalam perjanjian waralaba yang dilakukan antara PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku pemberi waralaba dengan CV. Damar Luhur Abadi selaku penerima waralaba hak untuk menggunakan semua aset HKI diberikan namun dalam kapasitas yang terbatas. Penerima waralaba diberikan lisensi untuk menggunakan merek dagang, hak cipta, dan rahasia dagang sesuai dengan ketentuan kontrak. Penerima waralaba tidak memiliki hak kepemilikan atas HKI, hanya hak penggunaan selama masa kontrak berlaku. Penerima waralaba juga diwajibkan untuk menjaga kerahasiaan, terutama formula kimia, agar tidak bocor ke pihak ketiga. Poin-poin yang menyangkut Hak Kekayaan Intelektual pada perjanjian waralaba antara PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku pemberi waralaba dengan CV. Damar Luhur Abadi selaku penerima waralaba diatur dalam Pasal 12 Hak Kekayaan Intelektual surat perjanjian mitra bisnis produk *Joss Clean*. Mengenai mekanisme pengawasan dari pihak *franchisor* untuk memastikan penerima waralaba mematuhi ketentuan terkait Hak Kekayaan Intelektual produk *Joss Clean* baik pihak PT. Muhandas Citra Cemerlang dan CV. Damar Luhur Abadi sudah berkomitmen untuk bersama-sama menjaga dan melakukan pengawasan penggunaan merek *Joss Clean* sesuai perjanjian yang berlaku.

Syarat pertama sahnya kontrak adalah adanya kesepakatan atau *consensus* para pihak. Kesepakatan ini diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) KUH Perdata. Yang dimaksud dengan kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Kesepakatan ini memberikan wewenang atau izin kepada *franchisee* untuk menggunakan lisensi atau merek dagang milik *franchisor* untuk kemudian dijalankan dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh *franchisor*. Pada saat perjanjian berlangsung, *franchisee* dilarang untuk membuat usaha yang mirip atau bahkan sama dan bersaing dengan usaha yang dimiliki oleh *franchisor*. Pihak *franchisee* pun diwajibkan untuk menjaga rahasia dagang yang diketahuinya selama bekerja sama dengan pihak Manajemen PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku pemilik hak merek dagang produk *Joss Clean*. Adapun yang dimaksud suatu hal atau objek tertentu (*eenbepaald onderwerp*) dalam Pasal 1320 ayat (3), adalah prestasi yang menjadi pokok kontrak yang bersangkutan. Hal ini untuk memastikan sifat dan luasnya pernyataan-pernyataan yang menjadi kewajiban para pihak. Setelah ketentuan dalam Pasal 1320 KUHPerdata tersebut di atas dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku *franchisor* dipenuhi, maka perjanjian *franchise* dapat ditandatangani oleh para pihak. Setelah perjanjian ditandatangani oleh *franchisee* dan *franchisor* berarti mereka telah mengikatkan diri untuk melaksanakan perjanjian waralaba (*franchise*) yang telah dibuat tersebut. Hal ini melahirkan kewajiban terhadap para pihak, baik *franchisee* maupun *franchisor*. Dengan begitu maka perjanjian diantara mereka akan menjadi perundang-undangan bagi mereka sesuai dengan *asa pacta sun servanda* dalam KUHPerdata.

Berdasarkan prinsip ini, para pelaku harus melaksanakan kesepakatan – kesepakatan yang telah disepakatinya dan dituangkan dalam perjanjian.

Dalam prakteknya sebelum penandatanganan perjanjian waralaba, calon mitra diberikan prospektus penawaran waralaba dan diberikan gambaran menjadi mitra, mengumpulkan berkas-berkas yang *diperlukan* kemudian diberi surat perjanjian baku dari pihak *franchisor* untuk ditandatangani oleh calon mitra bila setuju dengan isi perjanjian tersebut, jika calon mitra tidak setuju dengan isi perjanjian tersebut maka calon mitra bisa menolak dengan tidak menandatangani surat perjanjian tersebut. Tentunya hal ini sesuai dengan Permendag No.53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Poin-poin yang menyangkut Hak Kekayaan Intelektual pada perjanjian waralaba antara PT. Muhandas Citra Cemerlang selaku pemberi waralaba dengan CV. Damar Luhur Abadi selaku penerima waralaba diatur dalam Pasal 12 Hak Kekayaan Intelektual pada surat perjanjian mitra bisnis produk *Joss Clean*. Mengenai mekanisme pengawasan dari pihak *franchisor* untuk memastikan penerima waralaba mematuhi ketentuan terkait Hak Kekayaan Intelektual produk *Joss Clean* baik pihak PT. Muhandas Citra Cemerlang dan CV. Damar Luhur Abadi sudah berkomitmen untuk bersama-sama menjaga dan melakukan pengawasan penggunaan merek *Joss Clean* sesuai perjanjian yang berlaku. Dalam prakteknya Perjanjian Waralaba antara Bapak Nur Afif Hasan sebagai Direktur Utama PT. Muhandas Citra Cemerlang bertindak sebagai *franchisor* *Joss Clean*, dan Bapak Sony Prasetyo sebagai Direktur Utama CV. Damar Luhur Abadi bertindak sebagai *Franchisee* *Joss Clean* di Kota Semarang belum menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Hal ini disebabkan karena bisnis produk *Joss Clean* pada PT. Muhandas Citra Cemerlang belum mencapai lima tahun sehingga tidak dapat menerbitkan STPW.

2. Akibat Hukum Apabila Terjadinya Wanprestasi Pada Kontrak *Franchise* Produk *Chemical JOSS Clean*

Dalam perjanjian waralaba, kedua belah pihak, yaitu *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba), terikat oleh kewajiban yang telah disepakati dalam kontrak¹⁰. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang diatur dalam perjanjian. Wanprestasi dapat berupa kegagalan untuk melakukan sesuatu yang diwajibkan, melakukan sesuatu yang dilarang, atau melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan ketentuan kontrak. Akibat dari wanprestasi ini memiliki implikasi hukum yang serius bagi pihak yang melanggarnya¹¹. Dalam penyelesaian sengketa pada kontrak *franchise* produk *Chemical Joss Clean*,

¹⁰ Effendi, “Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Pada Usaha Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian).”

¹¹ Naufal Ilham Ramadhan, Deddi Fasmadhy Satiadharmanto, and others, “Kerangka Hukum Kontrak Tambang Batubara Di Indonesia: Studi Kasus Wanprestasi Perjanjian Kerjasama Tambang Batubara Pihak Swasta Pada Pemda Kabupaten Kota Baru, Kalsel,” *Marwah Hukum* 2, no. 2 (2024): 56–69.

terdapat dua jalur utama yang dapat ditempuh, yaitu nonlitigasi dan litigasi. Jalur nonlitigasi meliputi negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. Negosiasi dilakukan melalui diskusi langsung antara *franchisor* dan *franchisee* tanpa melibatkan pihak ketiga, sehingga lebih cepat dan hemat biaya. Jika negosiasi tidak membuahkan hasil, mediasi dapat dilakukan dengan bantuan mediator yang netral untuk membantu kedua pihak mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Selain itu, konsiliasi juga dapat menjadi opsi, di mana konsiliator memberikan rekomendasi solusi kepada kedua belah pihak. Untuk sengketa yang membutuhkan keputusan final dan mengikat, arbitrase dapat digunakan, di mana arbitrator memutuskan sengketa berdasarkan bukti yang diajukan. Keputusan arbitrator bersifat rahasia dan final, menjadikan arbitrase pilihan yang lebih cepat dibandingkan pengadilan.

Apabila jalur nonlitigasi tidak menghasilkan kesepakatan, maka jalur litigasi melalui pengadilan dapat ditempuh. Dalam hal ini, gugatan diajukan ke Pengadilan Negeri atau Pengadilan Niaga jika sengketa melibatkan pelanggaran hak kekayaan intelektual seperti merek dagang. Proses litigasi melibatkan pemeriksaan bukti, saksi, dan argumen dari kedua pihak sebelum pengadilan memberikan putusan yang bersifat mengikat. Meskipun litigasi memberikan kepastian hukum, proses ini sering kali memakan waktu lama, biaya tinggi, dan dapat merusak hubungan bisnis. Oleh karena itu, jalur nonlitigasi lebih dianjurkan sebagai langkah awal untuk menjaga hubungan baik antara *franchisor* dan *franchisee*. Agar lebih efektif, kontrak *franchise* sebaiknya mencantumkan klausul penyelesaian sengketa yang jelas, termasuk pilihan forum untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul.

Wanprestasi, sesuai dengan hukum kontrak di Indonesia, terjadi ketika salah satu pihak gagal melaksanakan kewajibannya berdasarkan ketentuan yang diatur dalam kontrak. Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) menyebutkan bahwa seseorang dianggap telah lalai (wanprestasi) apabila ia tidak memenuhi perjanjian atau melanggar perjanjian tersebut setelah ditegur melalui somasi¹². Wanprestasi, sesuai dengan hukum kontrak di Indonesia, terjadi ketika salah satu pihak gagal melaksanakan kewajibannya berdasarkan ketentuan yang diatur dalam kontrak. Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) menyebutkan bahwa seseorang dianggap telah lalai (wanprestasi) apabila ia tidak memenuhi perjanjian atau melanggar perjanjian tersebut setelah ditegur melalui somasi¹³.

Menurut KUHPerdata Pasal 1243-1252, terdapat beberapa akibat hukum apabila terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba, yaitu ganti rugi (Pasal 1243 KUHPerdata), pemutusan kontrak (Pasal 1266 KUHPerdata). Wanprestasi dalam perjanjian waralaba dapat berdampak serius

¹² Muhammad Iman Agrianto, "Pelaksanaan Perjanjian Franchise Menurut Hukum Perdata Di Kota Samarinda," *Journal Of Law (Jurnal Ilmu Hukum)* 6, no. 2 (2021): 720–34.

¹³ Agrianto.

bagi kedua belah pihak. Akibat hukumnya, seperti ganti rugi, pemutusan kontrak, atau penyelesaian melalui pengadilan, merupakan risiko yang harus dipahami dan diantisipasi. Untuk itu, baik *franchisor* maupun *franchisee* harus memastikan bahwa perjanjian waralaba disusun dengan jelas dan adil, termasuk ketentuan mengenai hak dan kewajiban serta mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam Pasal 5 ayat (1) sampai dengan ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan R.I No.53/M-DAG/PER/8/2012 tertera bahwa penyelenggaraan waralaba harus didasarkan pada perjanjian waralaba yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia¹⁴. Perlindungan hukum terhadap merek diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek)¹⁵.

Franchise pada dasarnya seperti melanjutkan suatu bisnis yang telah dijalankan sebelumnya, dengan catatan tanggung jawab yang lebih besar. Maksud dari tanggung jawab yang lebih besar disini adalah karena *franchise* harus bisa menjalankan *franchise* dengan target yang telah ditetapkan, yang mana target tersebut sudah diujicobakan sebelumnya, sehingga hal tersebut menjadi suatu tolak ukur bagi *franchisee* dalam menjalankan bisnis tersebut. Hal ini menjadi suatu tanggung jawab yang cukup besar karena, *franchisee* harus bisa mencapai kriteria yang telah ditentukan agar bisa seimbang dengan toko atau store milik *franchisee* lain yang bekerja sama dengan PT. Muhandas Cipta Cemerlang. Bagaimana *franchisee* bisa bertahan dengan berbagai macam saingan yang ada, baik dari merek yang sama dalam hal ini produk *Joss Clean* maupun dengan berbagai macam merek dagang lain.

Semasa perjanjian dilaksanakan, maka *franchisee* tidak diizinkan untuk melakukan hal-hal yang berada di luar dari isi perjanjian yang telah ditetapkan tanpa izin dan persetujuan dari *franchisor*. *Franchisee* dikatakan wanprestasi apabila melakukan hal-hal yang berpotensi mendatangkan kerugian terhadap *franchisor*, termasuk juga tidak terpenuhinya ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan yang telah ditetapkan dan telah disetujui oleh para pihak dalam perjanjian. Namun hal ini tidak termasuk ketika terjadinya di luar kemampuan *franchisee*. Hal tersebut terjadi di luar kapabilitas manusia untuk bisa menghindarinya. Keadaan ini biasa disebut keadaan memaksa atau *force majeure*.

Berdasarkan hasil wawancara apabila terjadi wanprestasi pada Perjanjian Waralaba antara PT. Muhandas Citra Cemerlang bertindak sebagai *franchisor* *Joss Clean*, dan CV. Damar Luhur Abadi bertindak sebagai *Franchisee* *Joss Clean* di Kota Semarang maka sesuai dengan Pasal 14 Pelanggaran Perjanjian pada surat perjanjian waralaba produk *Joss Clean* dimana Pihak Pertama berhak memutuskan hubungan kerjasama distribusi sebelum Perjanjian Kerjasama ini berakhir dan

¹⁴ Al Fath et al., "Pertanggungjawaban Hukum Dengan Asas Exceptio Non Adimpleti Contractus Terhadap Tindakan Wanprestasi Perjanjian Waralaba," in *National Conference on Law Studies (NCOLS)*, vol. 6, 2024, 337–52.

¹⁵ Indonesia, "UU 20/2016/Merek Dan Indikasi Geografis."

berhak menuntut ganti rugi baik akibat kerugian materiil maupun imateril pada Pihak Kedua apabila terjadi pelanggaran pada perjanjian.

D. PENUTUP

Penerapan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam perjanjian waralaba, HKI membantu memastikan bahwa produk, layanan, atau metode operasional yang dikembangkan *franchisor* tetap berada di bawah kontrol yang sah. Hal ini mengurangi risiko terjadinya pelanggaran hak oleh pihak ketiga maupun pihak internal seperti franchisee yang tidak mematuhi ketentuan. Perjanjian waralaba yang berbasis pada HKI juga memberikan landasan hukum yang lebih kokoh dalam menyelesaikan sengketa atau pelanggaran. *Franchisor* memiliki hak untuk menuntut jika terjadi pelanggaran atas HKI yang telah terdaftar, sementara *franchise* mendapatkan jaminan bahwa mereka menggunakan merek atau teknologi yang sah dan terdaftar secara hukum. Wanprestasi dalam kontrak waralaba di Indonesia membawa akibat hukum yang signifikan bagi pihak yang tidak memenuhi kewajibannya sesuai perjanjian. Wanprestasi dapat berupa keterlambatan, kegagalan total dalam melaksanakan kewajiban, atau pelaksanaan yang tidak sesuai dengan isi kontrak. Akibat dari wanprestasi ini yakni kewajiban membayar ganti rugi, pemutusan kontrak secara sepihak, selain itu *franchise* dapat kehilangan hak untuk menggunakan merek dagang, teknologi, atau sistem operasi yang dimiliki *franchisor*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrianto, Muhammad Iman. "Pelaksanaan Perjanjian Franchise Menurut Hukum Perdata Di Kota Samarinda." *Journal Of Law (Jurnal Ilmu Hukum)* 6, no. 2 (2021): 720–734. <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/DD/article/view/5212>.
- Asri, Dyah Permata Budi. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta." *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 27, no. 1 (2020): 130–50. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol27.iss1.art7>.
- Astarini, Dwi Rezki Sri, and M H SH. *Penghapusan Merek Terdaftar: Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Jo. Perubahan UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Di Hubungkan Dengan TRIPs-WTO*. Penerbit Alumni, 2021.
- Effendi, Arif. "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Pada Usaha Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian)." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 2 (2021): 533–47. <https://doi.org/10.47492/ji.v2i2.713>.
- Fath, Al, Rafif Sani, Hilyah Az Zahra, Novia Rahmadani, and Razky Fawwaz. "Pertanggungjawaban Hukum Dengan Asas Exceptio Non Adimpleti Contractus Terhadap Tindakan Wanprestasi Perjanjian Waralaba." In *National Conference on Law Studies (NCOLS)*, 6:337–52, 2024.

- Indonesia. “UU 20/2016/Merek Dan Indikasi Geografis.” *Jdih Bpk Ri*, no. 1 (2016): 1–51. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>.
- Ifada Qurrata A’yun Amalia, Endang Prasetyawati, “Karakteristik Asas Proporsionalitas Dalam Pembentukan Klausul Perjanjian Waralaba ” (2019), Halaman 173–84
- Irawati, Siti Anugrahini. (2023). *Ekonomi Kreatif Dan Umkm Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Jakarta: Media Nusa Creative.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2006,” 2006 <https://jdih.kemendag.go.id/Backendx/Image/Regulasi/28140553_Permendag_Nomor__12_Tahun_2006.Pdf>.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba,” 2008 <[https://jdih.kemendag.go.id/Pdf/Regulasi/2008/Permendag No. 31 Tahun 2008.Pdf](https://jdih.kemendag.go.id/Pdf/Regulasi/2008/Permendag%20No.%2031%20Tahun%202008.Pdf)>.
- Mahadewi, Putri. “Kajian Tentang Perkembangan Globalisasi Dalam Formulasi Kebijakan Pembangunan Hukum Nasional Indonesia.” *Adil Indonesia Jurnal 2*, no. 1 (2019): 42–48. <https://doi.org/10.32502>.
- Ningrum, Tika Ayu Listia. “(Frenchisee) Terhadap Pewaralaba (Franchisor) Yang Tidak Memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (Stpw),” 2021, 1–19.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. “Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba,” 2007.
- Putra, I. K. A. A. P, I. N. P Budiarta, Dan N.M.P Ujianti, “Kajian Yuridis Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual,” *Jurnal Analogi Hukum* , 4.3 (2022), Halaman 305–10 <<https://doi.org/10.22225/Ah.4.3.2022.305-310>>
- Ramadhan, Naufal Ilham, Deddi Fasmadhy Satiadharmanto, and others. “Kerangka Hukum Kontrak Tambang Batubara Di Indonesia: Studi Kasus Wanprestasi Perjanjian Kerjasama Tambang Batubara Pihak Swasta Pada Pemda Kabupaten Kota Baru, Kalsel.” *Marwah Hukum 2*, no. 2 (2024): 56–69. <https://doi.org/10.32502/retentum.v3i2.2014>.
- Rizkia, N.D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Jakarta: Widina.
- Sari, D.N. *Analisis Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Terhadap Perlindungan Hukum Penerima Waralaba (Franchise)*. Yogyakarta: Universitas Islam Sunan Kalijaga, 2020.
- Sibuea, Yudhi Immanuel, Muhammad Aditya Iskandar Noernikma, and Muhammad Yasid. “Implikasi Undang-Undang Haki Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Reddoorz Di Medan.” *Jurnal Retentum 3*, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.46930/retentum.v3i2.2014>.
- Sionita, Betania, “Analisis Hukum Tentang Penyelesaian Hutang Piutang Debitur Terhadap Kreditur Dengan Sita Jaminan (Study Kasus Putusan No. 453/Pdt/2020/Pt. Mdn),” 2023
- Supartinah, S. “Tinjauan Yuridis Sengketa Perjanjian Waralaba Lp3i Tentang Hak Cipta Dan Merek (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia No. 2787 K/Pdt/2012).”

E-ISSN : 2723-6447

Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual
Dalam Kontrak *Franchise* Produk *Chemical Joss Clean*
Di Angelo Fellest Hyaning Sabda, Zaenal Arifin,
Endang Setyowati

Universitas Nasional Jakarta, 2023.