

HARMONISASI PENGATURAN NAMA PRODUK DAN KEABSAHAN PERJANJIAN WARALABA YANG TIDAK MEMENUHI UNSUR HALAL

Oleh:

Inayah Fala Sanny¹, Ninik Darmini²

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis harmonisasi mengenai syarat penamaan merek menurut peraturan Hak Kekayaan Intelektual dengan syarat penamaan produk makanan menurut kebijakan sertifikasi halal dan keabsahan perjanjian waralaba dengan nama merek yang tidak memenuhi unsur halal.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang didapat melalui studi kepustakaan dan didukung dengan wawancara dengan beberapa narasumber. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara preskriptif untuk memberikan penilaian mengenai benar atau salah atau seyogyanya menurut hukum terhadap fakta atau peristiwa hukum hasil penelitian.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maupun Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal memiliki harmonisasi secara vertikal dengan peraturan yang lebih tinggi dan secara horizontal kedua undang-undang tersebut memuat kriteria penamaan produk tetapi untuk tujuan yang berbeda namun tidak bertentangan satu sama lain. Kemudian, ketiadaan sertifikat halal pada merek yang digunakan dalam waralaba tidak akan berpengaruh terhadap keabsahan perjanjian waralaba. Jika perjanjian waralaba telah memuat 11 klausula minimum dan telah memiliki STPW maka perjanjian waralaba telah sah secara hukum meskipun nama merek dari waralaba tersebut belum mendapatkan sertifikat halal atau tidak memenuhi unsur halal.

Kata Kunci: Waralaba, Merek, Sertifikat Halal

¹ Mahasiswa Magister Ilmu Hukum Universitas Gadjah Mada

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

***HARMONIZATION OF PRODUCT NAME ARRANGEMENTS AND THE
LEGALITY OF FRANCHISING AGREEMENTS WHICH DO NOT MEET
HALAL ELEMENTS***

By:

Inayah Fala Sanny¹, Ninik Darmini²

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the harmonization of the requirements for naming brands according to Intellectual Property Rights regulations with the requirements for naming food products according to the halal certification policy and the validity of franchise agreements with brand names that do not comply with halal elements.

This study uses normative legal research methods. This study uses primary, secondary and tertiary legal materials obtained through literature studies and supported by interviews with several sources. The data obtained in this study were analyzed prescriptively to provide an assessment of right or wrong or according to law regarding facts or legal events resulting from the research.

The results of the study explain that Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications as well as Law no. 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance has vertical harmonization with higher regulations and horizontally the two laws contain criteria for naming products but for different purposes but do not conflict with each other. Then, the absence of a halal certificate on the brand used in the franchise will not affect the validity of the franchise agreement. If the franchise agreement contains 11 minimum clauses and has STPW, then the franchise agreement is legally valid even though the brand name of the franchise has not received a halal certificate or does not fulfill halal elements.

Keywords: Franchise, Brand, Halal Certificate

¹ Master of Law Student at Gadjah Mada University

² Lecturer at the Faculty of Law, Gadjah Mada University