

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK DAN PENGGUNA MEREK DALAM PERJANJIAN WARALABA

INTISARI

Oleh

Swanto Silaen dan Hawin

Konsep bisnis waralaba telah menjadi salah satu pusat perhatian yang memberi terobosan baru dalam dinamika perekonomian Indonesia, khususnya sebagai salah satu bentuk pengembangan usaha, mengingat waralaba adalah bisnis yang teruji keberhasilannya. Sehingga banyak usaha yang kemudian diwaralabakan. Pertumbuhan waralaba di Indonesia menunjukkan peningkatan dengan tumbuh dan berkembangannya waralaba lokal. Inti dari konsep waralaba yang memiliki nilai jual terletak dari Hak Kekayaan Intelektual dari suatu waralaba, 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. Untuk itu perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual dalam perjanjian waralaba sangat penting.

Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik dan pengguna merek perjanjian *Waralaba* yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di Indonesia. Hambatan-hambatan apa sajakah dalam Perlindungan Hukum dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif, maka data yang diperlukan berupa data sekunder atau data kepustakaan yang berupa bahan-bahan hukum.

Perlindungan Hukum yang dimiliki oleh Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*) akan dapat lebih terlindungi apabila dalam Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan Hukum secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh Penerima Waralaba (*franchisee*), yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari oleh Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*). Bisnis waralaba ini dibangun atas dasar perjanjian, oleh karena itu masing-masing pihak harus mengetahui apa isi dari perjanjian itu. Dengan diketahuinya isi perjanjian tersebut maka masing-masing pihak mengetahui kewajiban dan haknya. Dengan demikian diharapkan para pihak tidak merasa dirugikan satu sama lain.

Kata Kunci : Waralaba, Perlindungan Hukum, Merek,

LEGAL PROTECTION FOR FRANCHISOR AND FRANCHISEE IN FRANCHISING AGREEMENT

ABSTRACT

By

Swanto Silaen and Hawin

Franchise business concept has become the center of attention since it gives new innovation in Indonesian economy. Particularly, it becomes one of the business developments due to its proven success. Therefore, a lot of businesses are franchised. The development of franchise business in Indonesia is increasing through the development of local franchise business. The main concept of franchise business is an Intellectual Property Rights of business as a privilege of business system which is owned by someone or business entity in order to market goods/service that has been proved its success and can be used by another party. Consequently, protection over Intellectual Property Rights is important.

The problem of this research is how the legal protection for franchisor and franchisee in franchise business is done by Indonesian businessman and the obstacles of franchise business legal protection in Indonesia. This research is normative juridical; hence, the necessary data are secondary data in form of literary law materials.

Franchisor's legal protection will be more protected if the franchise agreement has regulated legal protection specifically. It is by arranging particular limitation which must be obeyed by the franchisee to indirectly or directly protect Intellectual Property Rights. Franchise business is established upon agreement. Thus, each party must comprehend the content of the agreement. By understanding the content, the parties know their obligation and rights; hereby, it is expected that each party will not feel harmed.

Keywords: *Franchise, Legal Protection*