

SKRIPSI

**TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP PENERIMA
WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH DIREKTORAT
MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
(STUDI PUTUSAN NOMOR 575 K/PDT.SUS-HKI/2020)**

***THE RESPONSIBILITY OF FRANCHISOR TO THE FRANCHISEE
RESPONSE TO THE BRAND CANCELLATION OF DIRECTORATE
OF TRADEMARKS AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS
(CASE STUDY OF DECISION NUMBER 575 K/PDT.SUS-HKI/2020)***



Oleh:

UTARI NURSYAHBANI

B011171544

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP PENERIMA
WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH DIREKTORAT
MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Disusun dan diajukan oleh:

UTARI NURSYAHBANI
B011171544

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

**TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP
PENERIMA WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH
DIREKTORAT MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020)**

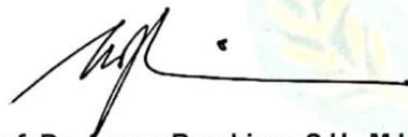
Disusun dan diajukan oleh

**UTARI NURSYAHBANI
B011171544**

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam
rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana
Departemen Hukum Keperdataan Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin
Pada Hari Senin, 12 Februari 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

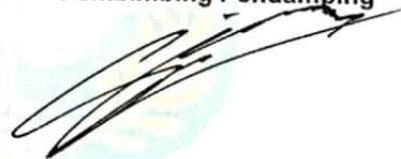
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H., M.H.
NIP. 19601008 198703 1 001

Pembimbing Pendamping



Dr. Winner Sitorus, S.H., M.H., LL.M.
NIP. 19660326 199103 1 002

Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum



Dr. Muhammad Iham Arisaputra, S.H., M.Kn.
NIP. 19840818 201012 1 005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP PENERIMA
WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH DIREKTORAT
MEREK DAN INDIKASI GEORGRAFIS
(Studi Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020)

Diajukan dan disusun oleh:

UTARI NURSYAHBANI
B011171544

Untuk tahap UJIAN SKRIPSI
Pada Tanggal 12 Januari 2024

Menyetujui:

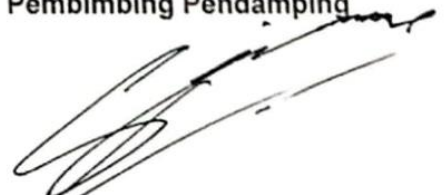
Komisi Penasehat

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H., M.H.
NIP. 19601008 198703 1 001

Pembimbing Pendamping



Dr. Winner Sitorus, S.H., M.H., LL.M.
NIP. 19660326 199103 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS HUKUM

Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Kota Makassar 90245, Propinsi Sulawesi Selatan
Telp : (0411) 587219,546686, Website: <https://lawfaculty.unhas.ac.id>

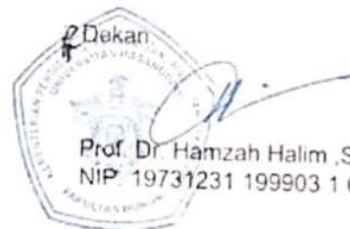
PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : UTARI NURSYAHBANI
N I M : B011171544
Program Studi : Ilmu Hukum
Departemen : Hukum Keperdataan
Judul Skripsi : TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP
PENERIMA WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH
DIREKTORAT MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS(STUDI
PUTUSAN NOMOR 575 K/PDT.SUS-HKI/2020)

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Februari 2024



PERNYATAAN KEASLIAN

NAMA : Utari Nursyahbani
NIM : B011171544
Program Studi : Sarjana Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan Skripsi yang berjudul "Tanggung Jawab Pemberi Waralaba Terhadap Penerima Waralaba Atas Pembatalan Merek Oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis (Studi Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020)" adalah benar-benar karya saya sendiri. Adapun yang bukan merupakan karya saya dalam penulisan Skripsi ini diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi dan Peraturan Perundang-undangan lain yang berlaku.

Makassar, Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



UTARI NURSYAHBANI

NIM. B011171544

ABSTRAK

UTARI NURSYAHBANI (B011171544). “TANGGUNG JAWAB PEMBERI WARALABA TERHADAP PENERIMA WARALABA ATAS PEMBATALAN MEREK OLEH DIREKTORAT MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (STUDI PUTUSAN NOMOR 575 K/PDT.SUS-HKI/2020)”.

Dibimbing oleh **Anwar Borahima** sebagai Pembimbing Utama dan **Winner Sitorus** sebagai Pembimbing Pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab pemberi waralaba terhadap penerima waralaba atas pembatalan merek oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis pada sengketa Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020 dan akibat hukum pembatalan merek pemberi waralaba oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris. Penelitian ini dilaksanakan di Geprek Benu cabang Alauddin, Waralaba Geprek Benu Pare-Pare, Waralaba Geprek Benu Ciracas, dan Waralaba Geprek Benu Semarang. Penelitian dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan melalui kuesioner terkait dengan judul penelitian. Penulis juga melakukan studi kepustakaan dengan cara menelaah buku-buku literatur, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian skripsi ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020 yang berakibat membatalkan pendaftaran 6 (enam) merek dagang milik Pemohon Kasasi selaku Pemberi Waralaba tidak hanya merugikan *outlet* Pemohon Kasasi seperti pada Geprek Benu Cabang Alauddin, melainkan juga turut merugikan Penerima Waralaba Geprek Benu Ciracas dan Geprek Benu Semarang sebab *brand image* dari Geprek Benu yang menjadi tidak bagus setelah terjadinya sengketa 2) Pemohon Kasasi selaku *Franchisor* melaksanakan tanggung jawabnya berupa tanggung jawab individu atau *individual responsibility* dengan melakukan peralihan hak atas merek untuk mempertahankan merek dagangnya yang telah diwaralabakan dengan pendaftar pertama atas dasar perjanjian jual beli yang selanjutnya dicatatkan peralihan hak atas mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Kata Kunci: Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Merek, Waralaba.

ABSTRACT

UTARI NURSYAHBANI (B011171544). “THE RESPONSIBILITY OF FRANCHISOR TO THE FRANCHISEE RESPONSE TO THE BRAND CANCELLATION OF DIRECTORATE OF TRADEMARKS AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS (CASE STUDY DECISION NUMBER 575 K/PDT.SUS-HKI/2020)”. Supervised by **Anwar Borahima** as Main Advisor and **Winner Sitorus** as Assistant Advisor.

This research aims to analyzes the responsibility of the franchisor towards the franchisee for brand cancellation by the Direktorat Merek And Indikasi Geografis in the dispute over Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020 and the legal consequences of canceling the franchiser's brand by the Directorate of Trademarks and Geographical Indications.

The research method used empirical research. This research was carried out at Geprek Bensu Alauddin branch, Franchise Geprek Bensu Pare-Pare, Franchise Geprek Bensu Ciracas, and Franchise Geprek Bensu Semarang. The research was carried out by asking several questions through a questionnaire related to the title of the research. The author also conducted a literature study by reviewing literature books, as well as laws and regulations related to the problems discussed in this research.

The results of this research show that 1) Decision Number 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020 which cancels the registration of 6 (six) trademarks belonging to the Cassation Petitioner as Franchisor not only detrimental to the Cassation Petitioner's outlets such as Geprek Bensu Alauddin, but also also detrimental to the Geprek Bensu Ciracas and Geprek Bensu Semarang franchisee because the brand image of Geprek Bensu became bad after the dispute occurred. 2) The cassation applicant as franchisor carried out the responsibilities in the form of individual responsibility by transferring the rights of the brand to maintain the trademark. Which has been registered with the first registrant on the basis of a sale-purchase agreement which is then recorded as the transfer of rights to the brand to the Directorate of Trademarks and Geographical Indications.

Keywords: Directorate of Trademarks and Geographical Indications, Franchise, Trademark.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunianya yang senantiasa memberi kesehatan dan membimbing langkah penulis agar mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Tanggung Jawab Pemberi Waralaba Terhadap Penerima Waralaba Atas Pembatalan Merek Oleh Direktorat Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-Hki/2020)" sebagai salah satu syarat tugas akhir pada jenjang studi Strata Satu (S1) di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.

Salam dan shalawat kepada Rasulullah Muhammad S.A.W. yang selalu menjadi teladan agar setiap langkah dan perbuatan kita selalu berada di jalan kebenaran dan bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Semoga semua hal yang penulis lakukan berkaitan dengan skripsi ini juga bernilai ibadah di sisi-Nya.

Segenap kemampuan penulis telah dicurahkan dalam penyusunan tugas akhir ini. Namun demikian, penulis sangat menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Sebagai makhluk ciptaannya, penulis memiliki banyak keterbatasan. Oleh karena itu, segala bentuk saran dan kritik senantiasa penulis harapkan agar kedepannya tulisan ini menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tiada henti kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Muhammad Safri Masruheng dan Ibu Sudarni Darussalam yang senantiasa merawat, mendidik, dan memotivasi penulis dengan penuh kasih sayang.

Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa., M.Sc. selaku Rektor dan Prof. drg. Muhammad Ruslin M.Kes., Ph.D., Sp.BM(K). selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Suben S.Si., M.Pharm., Sc., Ph.D., Apt. selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan dan Keuangan, Prof. Farida Patittingi S.H., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya Manusia, Alumni, dan Sistem Informasi, dan Prof. Dr. Eng. Adi Maulana S.T., M.Phil. selaku Wakil Rektor Bidang Kemitraan, Inovasi, Kewirausahaan dan Bisnis;
2. Prof. Dr. Hamzah Halim, S.h., M.H., M.A.P. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Maskun, S.H., LL.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Iin Karita Sakharina, S.H., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Perencanaan, Sumber Daya dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Dr. Ratnawati, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemitraan, Riset, dan Inovasi Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;

3. Prof. Dr. Farida Patittingi, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Periode 2018-2022, Prof. Dr, Hamzah Halim, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Dr. Syamsuddin Muchtar, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bagian Perencanaan, Keuangan, dan Sumber Daya Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, dan Dr. Muh. Hasrul, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
4. Dr. Muh. Ilham Ari Saputra, S.H., M.H., M.A.P. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
5. Dr. Aulia Rifai, S.H., M.H. selaku Kepala Departemen Hukum Keperdataan dan Amaliah, S.H., M.H. selaku Sekretaris Departemen Hukum Keperdataan yang telah memberikan nasihat dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
6. Prof. Dr. Anshori Ilyas, S.H., M.H dan Dr. Wiwie Heryani, S.H., M.H, selaku Penasehat Akademik Penulis yang telah memberikan nasihat dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
7. Prof. Anwar Borahima, S.H., M.H. selaku Pembimbing Utama yang di tengah kesibukan dan aktivitas beliau senantiasa bersedia membimbing dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini,

dan Dr. Winner Sitorus SH., MH., LL.M. selaku Pembimbing Pendamping yang senantiasa menyempatkan waktu dan penuh kesabaran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;

8. Dr. Oky Deviany S.H., M.H selaku Penilai I dan Dr. Marwah S.H., M.H. selaku Penilai II atas segala saran dan masukannya yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini;
9. Segenap Dosen di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah membimbing dan memberikan pengetahuan, nasihat serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
10. Seluruh Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin atas bantuannya dalam melayani segala kebutuhan penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini;
11. Pengelola Perpustakaan baik Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin maupun Perpustakaan Pusat Universitas Hasanuddin. Terima kasih atas waktu dan tempat selama penelitian berlangsung sebagai penunjang skripsi penulis;
12. Keluarga besar Pledoi, terima kasih atas segala pengalaman selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
13. Keluarga besar Asian Law Students Association Local Chapter Universitas Hasanuddin (ALSA LC Unhas) yang telah memberikan

pengalaman berorganisasi selama masa kuliah di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;

14. Keluarga besar Asosiasi Mahasiswa Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin (AMPUH) yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama berorganisasi menjalani satu tahun kepengurusan di organisasi AMPUH;
15. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis sejak pertama menginjakkan kaki di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Fitra Apriyana Hajar Puteri, S.H, Inggit Hedyaty Pratiwi, S.H, Nurfitri, S.H., M.H, Winda Putri Pradini, S.H. Terima kasih telah menemani, membantu, dan mendukung penulis hingga penulisan skripsi ini selesai. Semua kisah yang telah diukir bersama di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin tidak akan pernah penulis lupakan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dan panjang umur persahabatan;
16. Sahabat-sahabat "*Youngaest*" penulis, Hafifah Faqih Seknun, S.T, Jihan Rizky Saleh, Amd, Jihan Tety P. Galiong, S.Pi, Nur Zihan Firda, S.PWK, Raden Safriani Sukma, S.Si, Shea A. Leangso, S.Pd. Terima Kasih atas segala waktu dan kenangan yang sangat berharga yang telah diberikan dan dukungan untuk menyemangati penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini;
17. Sahabat-sahabat "*PC*" penulis, Annisah Safinah Kilrey, S.Pd, Fathu Ramadhani Haidar, S.M, Maulidiawati, S.Si, Miftahul Jannah Saimima, S.H, Nanda Putri Sakinah, S.T, Nurul Syafira R. Kaimudin, AMd.Kes,

Sitti Safhila Pikalouhatta, dan Sri Wabula. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk menghibur dan mendukung penulis. Semoga kita tetap dapat meluangkan waktu kosong untuk saling mengabari;

18. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, baik di luar lingkup kampus maupun di dalam lingkup kampus yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu;

Semoga segala bantuan amal kebaikan yang telah diberikan mendapat bantuan yang setimpal dari Allah SWT. Tak ada gading yang tak retak, tak ada manusia yang luput dari kesalahan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam rangka perbaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat di masa yang akan datang bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 24 November 2023

Penulis

Utari Nursyahbani

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | iv |
| PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI..... | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| E. Keaslian Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| A. Tinjauan Tentang Akibat Hukum..... | 10 |
| 1. Pengertian Akibat Hukum..... | 10 |
| 2. Bentuk Akibat Hukum..... | 11 |
| B. Hak Kekayaan Intelektual..... | 12 |
| 1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual..... | 12 |
| 2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual..... | 14 |
| 3. Subjek Hak Kekayaan Intelektual..... | 16 |

| | |
|--|-----------|
| C. Aspek Hukum Merek..... | 17 |
| 1. Pengertian Merek..... | 17 |
| 2. Ruang Lingkup Merek..... | 19 |
| 3. Jenis-Jenis Merek..... | 20 |
| 4. Pembatalan Merek..... | 24 |
| D. Tanggung Jawab..... | 28 |
| 1. Pengertian Tanggung Jawab..... | 28 |
| 2. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Hukum Perdata..... | 30 |
| E. Waralaba..... | 35 |
| 1. Pengertian Waralaba..... | 35 |
| 2. Jenis-Jenis Waralaba..... | 37 |
| F. Perjanjian Waralaba..... | 38 |
| 1. Asas-Asas Perjanjian Berdasarkan Pasal 1338 Dan Kaitannya Dengan Perjanjian Waralaba..... | 38 |
| 2. Unsur-Unsur Perjanjian Waralaba..... | 41 |
| 3. Syarat-Syarat Perjanjian Waralaba..... | 44 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 47 |
| A. Lokasi Penelitian..... | 47 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 47 |
| C. Jenis Penelitian..... | 48 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 48 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| F. Analisis Data..... | 49 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 50 |
| A. Dampak Pembatalan Merek Terhadap Pemberi Waralaba..... | 50 |
| B. Pelaksanaan Tanggung Jawab Pemberi Waralaba Terhadap Penerima Waralaba Atas Pembatalan Merek..... | 65 |

| | |
|--|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 74 |
| A. KESIMPULAN..... | 74 |
| B. SARAN..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 77 |
| LAMPIRAN..... | 81 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dewasa ini, pengusaha perlu lebih kreatif dalam pengembangan usahanya agar dapat terus bertahan di dunia usaha. Berbagai bentuk usaha terus berkembang dan salah satunya yang banyak digunakan oleh pebisnis adalah usaha berbentuk *franchise* atau waralaba. Waralaba adalah bentuk usaha dengan banyak peminat karena selain dapat menjadi solusi bagi pengusaha untuk meningkatkan kegiatan bisnisnya, usaha waralaba juga membuka peluang bagi kelompok masyarakat yang memiliki perekonomian lemah untuk memulai usahanya.

Sebagai suatu produk usaha, waralaba memiliki 3 (tiga) jenis usaha sebagaimana yang dikemukakan Brayce Webster, yaitu waralaba produk, waralaba manufaktur, dan waralaba format bisnis.¹ Waralaba produk merupakan waralaba yang pemberi waralabanya memberikan lisensi kepada penerima waralaba untuk menjual produk hasil produksinya. Waralaba produk ini berfungsi sebagai distributor produk franchisor dan tidak jarang penerima waralaba diberikan hak eksklusif untuk memasarkan produk milik pemberi waralaba pada wilayah tertentu seperti dealer mobil dan stasiun pompa bensin. Kemudian waralaba manufaktur merupakan waralaba yang pemberi waralabanya memberikan pedoman dari suatu proses produksi kepada penerima waralaba, kemudian pemberi waralaba

¹ Sri Redjeki Slamet, "Waralaba (Franchise) di Indonesia", *Lex Jurnalica*, Kantor Advokat Sri Redjeki Slamet & Partners, Vol. 8 Nomor 2 April 2011, hlm. 130-131.

menjual barang tersebut dengan standar produksi serta merek yang sama. Waralaba manufaktur tidak sedikit digunakan pada distribusi minum ringan. Sementara waralaba format bisnis merupakan bentuk waralaba yang penerima waralabanya menjalankan kegiatan usaha dengan menggunakan nama pemberi waralaba. Penerima waralaba juga harus mengikuti setiap konsep bisnis dan metode standar operasi dengan pengawasan dari pemberi waralaba.²

Waralaba merupakan jenis usaha yang dibangun oleh adanya kerjasama sehingga perjanjian waralaba didasari oleh adanya kontrak kerjasama atas suatu usaha. Legalitas yuridis dari bentuk usaha waralaba atau *franchise* di Indonesia dimulai pada tahun 1997 dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 Tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.³ Peraturan tersebut kini telah digantikan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan disempurnakan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

² *Ibid.*

³ Eddy Suryanto H.P, "Tinjauan Legal Normatif Franchise/Waralaba Di Indonesia", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Fakultas Hukum Universitas Slamet Riyadi, Vol. 8, Nomor 1 April 2008, hlm. 70.

Selain Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan yang secara eksklusif mengatur tentang waralaba, terdapat pula peraturan perundang-undangan yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan usaha waralaba seperti Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

Kendati demikian, eksistensi *franchise* turut menimbulkan persoalan hukum sebab adanya ikatan-ikatan pada sistem *franchise* yang dibentuk dengan dasar ikatan perjanjian yang diketahui sebagai perjanjian waralaba atau *franchise*. Perjanjian waralaba menjadi pedoman hukum untuk setiap pihak yang terlibat dalam perjanjian sebab perjanjian tersebut mengatur hak dan kewajiban dari *franchisor* dan *franchisee*. Perjanjian ini berkaitan dengan bidang hukum pajak, tenaga kerja, persaingan usaha, serta bidang hak kekayaan intelektual. Setiap *franchisee* diwajibkan untuk mendaftarkan surat tanda pendaftaran waralaba (selanjutnya disingkat sebagai STPUW) berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan.⁴

Merek yang merupakan bagian dari karya intelektual mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan aktivitas ekonomi dan dagang karena suatu brand menjadi faktor kunci dunia perdagangan sehingga merek

⁴ *Ibid*, hlm. 77.

memegang peranan yang sangat krusial. Merek merupakan faktor penting dalam menjaga persaingan bisnis yang sehat sebab pada dasarnya digunakan sebagai tanda pembeda produk bisnis yang satu dengan produk bisnis yang lain (*product identity*), sarana promosi bisnis (*means of trade promotion*), jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*), dan penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Dalam hal ini, perjanjian waralaba berkaitan dengan salah satu Hak atas Kekayaan Intelektual yaitu merek dagang.

Berangkat dari penjelasan tersebut, terdapat potensi timbulnya permasalahan hukum karena merek yang sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek masih dapat dimintakan pembatalan atas pendaftaran merek. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 hingga Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut sebagai UU Merek), gugatan pembatalan pendaftaran merek dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan yang diatur dalam ketentuan pembatalan pendaftaran merek sehingga suatu merek dapat dibatalkan dan dihapus dari Daftar Umum Merek. Pembatalan dan pencoretan pendaftaran merek akan membuat suatu merek tidak mendapatkan perlindungan hukum di kemudian hari. Dalam kaitannya dengan waralaba, pembatalan atas suatu merek dagang yang bergerak di bidang waralaba akan mempengaruhi perjanjian waralaba atau perjanjian *franchise* yaitu tidak adanya perlindungan hukum yang diberikan dan dijatuhkannya surat teguran kepada pihak penerima

waralaba yang telah memperoleh STPUW karena adanya laporan bahwa *franchisor* melakukan pelanggaran merek.⁵

Salah satu permasalahan hukum tersebut relevan dengan kasus merek Geprek Benu milik Ruben Onsu yang mirip dengan merek pebisnis lain yaitu Benny Sujono dengan merek I Am Geprek Benu. Dalam Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020, Mahkamah Agung menolak gugatan rekonvensi Ruben Onsu, Mahkamah Agung justru mengabulkan gugatan rekonvensi Benny Sujono. Putusan tersebut menimbulkan polemik sebab benar merek I Am Geprek Benu didaftarkan lebih dulu dan diterima sebagaimana asas *first to file* yang berlaku di Indonesia. Namun demikian, Ruben Onsu merupakan seseorang yang telah dikenal oleh masyarakat luas karena beliau seorang *public figure* yang berprofesi sebagai artis dan telah sering muncul di stasiun televisi Indonesia. Benu merupakan istilah yang melekat sejak lama dengan Ruben Onsu. Usaha milik Ruben Onsu yang menggunakan merek dagang Geprek Benu sendiri telah berkembang dengan sistem waralaba yang digunakannya ke penjuru Kota di Indonesia.

Adanya Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020 jelas merugikan bagi pemilik merek dan penerima waralaba Geprek Benu karena putusan tersebut membatalkan pendaftaran atas merek Geprek Benu. Tidak hanya itu, putusan tersebut juga mengakibatkan perjanjian waralaba yang dilakukan atas merek Geprek Benu menjadi tidak mendapatkan

⁵ *Ibid*, hlm. 78.

perlindungan hukum. Dalam hal ini, *franchisor* perlu melaksanakan tanggung jawab dan memberikan solusi atas pembatalan merek oleh Direktorat Merek Dan Indikasi Geografis agar penerima waralaba dapat menjalankan usaha waralabanya dengan aman dan terlindungi secara hukum.

Berdasarkan penjelasan di atas, yang menjadi isu hukum dalam penelitian ini adalah mengenai akibat hukum dan tanggung jawab pemberi waralaba terhadap penerima waralaba atas pembatalan merek oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis pada Putusan Nomor 575 K/PDT.SUS-HKI/2020.

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditemukan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana akibat hukum pembatalan merek pemberi waralaba oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis terhadap penerima waralaba?
2. Bagaimana tanggung jawab pemberi waralaba atas pembatalan merek oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis terhadap penerima waralaba pada sengketa Putusan Nomor 575 K/PDT.SUS-HKI/2020?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis akibat hukum pembatalan merek pemberi waralaba oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis terhadap penerima waralaba.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab pemberi waralaba atas pembatalan merek oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis terhadap penerima waralaba pada sengketa Putusan Nomor 575 K/PDT.SUS-HKI/2020.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoretik
 - a. Memberikan sumbangsih bagi setiap orang dalam proses berkembangnya pemikiran ilmu pengetahuan dan keilmuan tentang hukum.
 - b. Memperkaya referensi maupun literatur dalam dunia kepustakaan terlebih di bidang hukum perdata.
2. Manfaat praktik:
 - a. Dapat memberikan jawaban atas pokok permasalahan yang diteliti sehingga penelitian ini dapat menambah pengetahuan

bagi penulis dan pembaca di bidang hukum khususnya di bidang hukum perdata.

- b. Memberikan manfaat untuk setiap mahasiswa, dosen, maupun pelaku usaha di bidang waralaba dan masyarakat umum agar dapat memahami tanggung jawab pemberi waralaba terhadap penerima waralaba atas adanya pembatalan merek oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis khususnya pada sengketa Putusan Nomor 575 K/PDT.SUS-HKI/2020.

E. Keaslian Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi karya tulis sebelumnya dan penelitian terkait guna memberikan dasar yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Studi kepustakaan digunakan sebagai metode pengumpulan data yang melibatkan tinjauan terhadap buku, literature, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang dipecahkan. Kajian terhadap hasil penelitian sebelumnya dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi awal yang mendukung pelaksanaan penelitian ini.

Hesta Hamzih, Program Studi Ilmu Hukum Universitas Jember mengangkat judul “Perlindungan Hukum Penggunaan Merek “Geprek Benu” Yang Sedang Dalam Proses Pendaftaran”. Karya ilmiah ini memiliki kemiripan dalam segi objek penelitian yang dikaji yaitu merek dagang ‘Geprek Benu’. Namun, perbedaan pada karya ilmiah Hesta

Hamzih dengan penelitian milik penulis yaitu terletak pada penelitian Hesta Hamzih yang berfokus pada segi perlindungan hukum dari penggunaan merek 'Geprek Bensus' yang masih dalam proses pendaftaran. Sedangkan karya tulis penulis lebih dipusatkan dalam membahas mengenai tanggung jawab dari pemilik waralaba terhadap penerima waralaba terkait pembatalan merek 'Geprek Bensus'.

Selain itu, ada juga Andre Wijaya, Program Studi Ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara mengangkat judul "Penyelesaian Sengketa Dagang Dalam Studi Putusan Geprek Bensus Melawan I Am Geprek Bensus". Karya ilmiah ini memiliki kemiripan dalam segi objek penelitian yang diangkat. Namun, pada karya ilmiah Andre Wijaya tinjauan pustaka dan pembahasannya lebih menitik beratkan analisis terkait penyelesaian sengketa penggunaan merek 'Geprek Bensus' dan 'I Am Geprek Bensus'. Sementara karya tulis penulis dalam hal ini lebih jauh membahas dan menganalisis tentang tanggung jawab dari pemilik waralaba terhadap penerima waralaba terkait pembatalan merek 'Geprek Bensus'.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karya tulis penulis tidak disalin atau diambil dari karya atau penelitian orang lain. Penulisan ini didasarkan pada pemikiran pribadi penulis, buku, jurnal, makalah, dan media elektronik lainnya yang bisa dipertanggungjawabkan keasliannya dalam konteks akademis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Akibat Hukum Pembatalan Merek

1. Pengertian Akibat Hukum

Syarifin menjelaskan bahwa konsekuensi hukum merujuk pada hasil dari tindakan subjek hukum terhadap objek hukum atau dampak lain yang timbul akibat peristiwa tertentu yang diakui atau dianggap sebagai akibat hukum oleh hukum yang berlaku.⁶ Adanya peristiwa hukum disebabkan oleh tindakan hukum, sementara tindakan hukum bisa menimbulkan hubungan hukum. Dengan demikian, akibat hukum dapat diartikan sebagai hal yang muncul dari perbatan atau hubungan hukum. Soeroso menjelaskan bahwa dampak hukum melibatkan tindakan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil yang diinginkan oleh pelaku, sesuai dengan ketentuan hukum. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku tersebut merupakan tindakan hukum yang diarahkan untuk mencapai hasil yang diinginkan menurut hukum.⁷

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa akibat hukum adalah konsekuensi yang timbul karena adanya suatu tindakan yang dilaksanakan dan memicu dampak yang diperoleh oleh subjek hukum tertentu sebagaimana sesuai dengan harapan pelaku yang melaksanakan tindakan hukum tersebut.

⁶ Pipin Syarifin. 2009, Pengantar Ilmu Hukum, Pustaka Setia, Bandung, hlm. 71

⁷ R Soeroso, 2006, Pengantar Ilmu Hukum, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 29

Akibat yang terkait merupakan suatu konsekuensi yang diberikan pengaturan hukum, sementara tindakan yang dilaksanakan merupakan tindakan hukum yang berkesesuaian dengan suatu hukum yang diterapkan.⁸ Pada dasarnya, akibat hukum adalah peristiwa yang muncul melalui suatu sebab. Sebab yang dimaksud adalah tindakan yang dilaksanakan subyek hukum yang berkesesuaian dengan hukum maupun tidak berkesesuaian.

2. Bentuk Akibat Hukum

Akibat hukum adalah sesuatu yang berwujud. Dalam hal ini, wujud tersebut berbentuk hasil yang diperoleh setelah adanya tindakan hukum yang dilakukan dan turut membawa suatu kepastian hukum. Menurut Soeroso, terdapat tiga bentuk akibat hukum yaitu:⁹

1. Timbul, berubah atau terhapusnya suatu kondisi hukum.
Misalnya suatu akibat hukum bisa berganti bagi seseorang yang tidak memiliki kecakapan secara hukum menjadi cakap dan dapat diakui tindakannya saat orang tersebut telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun.
2. Timbul, berubah atau terhapusnya suatu relasi hukum antara 2 (dua) subjek hukum maupun lebih yang mana hak dan kewajiban salah satu subjek bertemu dengan hak dan kewajiban subjek hukum lainnya. Sebagai contoh seperti pihak A menyelenggarakan kontrak atas kesepakatan sewa menyewa

⁸ *Ibid*, hlm. 295.

⁹ *Ibid*.

dengan pihak B. Oleh karena kesepakatan yang dilakukan pihak A dan pihak B tersebut, maka timbul akibat hukum di antara keduanya saat perjanjian yang dilaksanakan berakhir. Hal tersebut ditandai dengan terpenuhinya seluruh kesepakatan sewa menyewa sehingga hubungan hukum di antara keduanya terhapus.

3. Timbulnya sanksi jika dilaksanakan perbuatan yang tidak sesuai dengan hukum. Misalnya seseorang penipu yang dikenakan sanksi hukuman. Hal tersebut merupakan akibat hukum yang timbul atas tindakan penipu tersebut yang menipu pihak lain dan perbuatannya melawan hukum.

B. Hak Kekayaan Intelektual

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat sebagai HKI) adalah pemaknaan istilah *Intellectual Property Right* yang telah diartikan secara resmi ke Bahasa Indonesia. Jika ditinjau dari segi substansi, HKI selalu memiliki kaitan dengan benda yang tidak berwujud sehingga HKI memberikan perlindungan hukum terhadap karya intelektual yang lahir dari ras, cipta, dan karsa manusia.¹⁰ Berdasarkan definisi dari lembaga Hak Kekayaan Intelektual Internasional yang berada di bawah PBB yaitu *World Intellectual Property Organization*, HKI adalah karya yang tercipta atas buah pikir

¹⁰ Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 1.

manusia secara individu maupun kelompok menyangkut karya sastra dan seni, invensi, simbol, nama, citra dan desain yang dipakai pada dunia usaha. Pengertian yang menjelaskan secara umum sebagaimana yang dipaparkan Jill Mc-Keoug bersama Adrew Stewart bahwa HKI adalah serangkaian hak yang dilimpahkan dari hukum sebagai bentuk perlindungan.

Hak, Kekayaan, dan Intelektual merupakan kata kunci dari HKI. Kekayaan adalah penggambaran secara umum terhadap hal yang bisa dikuasai menggunakan hak milik yang bisa dialih, dibeli, serta dijual. Kekayaan intelektual melingkupi kekayaan dari setiap hasil dari produk kecerdasan daya pikir seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, gubahan lagu, karya tulis, karikatur, dan lainnya.¹¹ Sementara HKI merupakan segala hak yang membuat individu atau kelompok dapat melakukan suatu hal atas kekayaan intelektual yang dimilikinya sebagaimana hak tersebut berikan pengaturan oleh nilai, norma maupun hukum yang diterapkan.

Hak pada umumnya dikategorikan atas dua bagian. Pertama, Hak Asasi atau hak dasar dengan sifat tidak dapat diganggu gugat atau mutlak seperti hak atas kehidupan dan hak persamaan di hadapan hukum. Kedua, Hak Perundangan atau Amanat Aturan, yaitu hak yang ada karena berlaku dalam suatu masyarakat dan diberikan pengaturan dalam peraturan perundang-undangan. Di Indonesia, Hak Kekayaan

¹¹ Nikita Cinthya Mangulu, "Hak Pemegang Paten Memberikan Lisensi Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten", *Lex Privatum*, Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi, Vol. 6, Nomor 8 Oktober 2018, hlm. 205.

Intelektual merupakan hak yang dikategorikan sebagai Hak Perundangan atau Amanat Aturan dan masyarakat merupakan pihak penentu besaran HKI yang diberi kepada seseorang maupun kelompok.

Pemberian HKI secara hukum merupakan bentuk penghargaan untuk setiap individu maupun kelompok inventor yang menciptakan hal yang bisa diberi perlindungan oleh HKI. Bentuk penghargaan berupa pemberian HKI dapat memacu motivasi tidak sedikit orang untuk membuat kreasi dengan kemampuan intelektual agar bisa dimanfaatkan untuk membantu kebutuhan hidup manusia. Eksistensi HKI dapat memberikan jaminan agar setiap proses kreatif bisa terus berlangsung.

2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

HKI adalah hak yang juga masuk ke dalam kategori hak kebendaan yang berasal dari buah pikir dan hasil nalar manusia. HKI umumnya diberikan kepada suatu benda yang tidak memiliki wujud sehingga HKI berkaitan dengan benda Immateriil Atau *Intangible Assets*.¹² Hak kepemilikan Immateriil merupakan salah satu jenis hak yang pengaturannya terdapat pada Pasal 499 BW.

Berdasarkan Undang-Undang, benda (*zaken*) yaitu setiap baerang (*goederen*) dan tiap hak (*rechten*) yang bisa menjadi objek hak kepemilikan. Sebagaimana pada Pasal 499 BW, barang merupakan

¹² H.E.Z Arifin, "Hak Atas Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Merk Dan Paten Serta Hubungannya Dengan Dunia Usaha", Jurnal Ilmu Hukum Syiar Madani, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Vol. 8, Nomor 3 November 2006, hlm. 372.

objek yang memiliki wujud (materiil), sementara haknya merupakan benda yang tidak memiliki wujud (immaterial). Hal ini berkesesuaian dengan kelompok benda yang diatur pada Pasal 503 BW yang menyatakan bahwa setiap kebendaan ada yang bertubuh dan tidak bertubuh.

Pengklasifikasian HKI dapat dikategorikan yaitu¹³

a. Hak Cipta (*Copy Rights*)

Hak cipta bisa diklasifikasi menjadi dua bagian, diantaranya yaitu:

1) Hak Cipta (*Copy Rights*)

2) *Neighbouring rights* (Hak yang berkaitan dengan hak cipta)

Hak cipta dan *Neighbouring rights* adalah hak yang saling berkaitan dan dapat dipisahkan. Di Indonesia, pengaturan hak terkait *neighbouring rights* masih bersifat tumpang tindih dengan aturan hak cipta. Kendati demikian, *neighbouring rights* sebenarnya berasal dari hak cipta misalnya pertunjukan langsung seorang musisi yang dapat dikategorikan sebagai hak cipta sinematografi, sementara penyiarannya melalui media elektronik masuk ke dalam *neighbouring rights*.¹⁴

b. Hak Milik Perindustrian (*Industrial Property Rights*)

¹³ Ok. Saidin. 2019, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Rajawali Pers, Depok, hlm. 25.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 26.

Selanjutnya hak atas kekayaan perindustrian dapat dikategorikan lagi menjadi:

- 1) Paten
- 2) Merek
- 3) Desain Industri
- 4) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- 5) Rahasia Dagang
- 6) Varietas Tanaman
- 7) Indikasi Geografis

3. Subjek Hak Kekayaan Intelektual

Subjek HKI merupakan setiap pihak dengan kepemilikan hak atau pemegang hak, sementara objek HKI yaitu hasil atau ciptaan dari pihak pemegang hak. Pada dasarnya HKI adalah bagian dari benda tidak berwujud (benda immaterial).¹⁵ Pada Pasal 499 BW diatur bahwa menurut paham undang-undang yang dimaksud dengan benda adalah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik.

Pada umumnya HKI dari segi kepemilikan dikategorikan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:¹⁶

1. Kepemilikan personal (individu), yakni hak milik yang secara menyeluruh dimiliki oleh seseorang atau suatu badan hukum.

¹⁵ H.E.Z Arifin, *Loc.cit.*

¹⁶ Ismail Koto, "Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual Komunal di Indonesia", Jurnal Seminar Nasional Hukum, Sosial, dan Ekonomi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol 2, Nomor 1 2023, hlm. 168.

2. Kepemilikan komunal (kelompok), yakni hak yang dipunyai oleh suatu komunitas masyarakat.

Berangkat dari HKI yang memperlihatkan perlindungan atas subjek hukum dengan suatu kepentingan, maka hubungan subjek hukum dengan subjek HKI pada dasarnya adalah sama. Akan tetapi, sebab dalam HKI ini mempunyai aturan ruang lingkup yang berbeda, maka harus dipahami subjek-subjek dari HKI, yaitu dalam bidang Merek. Dalam bidang merek yang menjadi subjek adalah pemegang hak merek atas suatu merek yang dibuat dan didaftarkan. Selain pemegang hak atas merek, subjek dari HKI di bidang merek juga termasuk penerima hak merek. Dalam hal ini, berdasarkan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Merek, pemegang merek dagang dapat berupa pemegang merek perorangan, beberapa orang yang secara bersama-sama menjadi pemegang merek, maupun badan hukum sebagai pemegang merek.

C. Aspek Hukum Merek

1. Pengertian Merek

Merek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal berupa cap untuk menyatakan nama dan sebagainya. Secara yuridis, arti merek diatur pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek bahwa:

“Merek adalah tanda 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 hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Para sarjana mengartikan merek dengan pendapat yang

berbeda-beda sebagai berikut:

a. Iur Soeryatin menyatakan dari perspektif fungsi, merek memiliki fungsi sebagai pembeda barang yang bersangkutan dengan barang yang lainnya. Oleh sebab itu, atas penggunaan merek, maka barang yang telah diberi merek mempunyai tanda asal, nama, dan jaminan mutu.

b. Philip S. James MA, Sarjana Inggris, menjelaskan bahwa:

*“A trade mark is a mark used in connection with good goods which a trader uses in order to signify that a certain type of good are his trade need not be the actual manufacture of goods, in order to give him the right to use a trademark, it will suffice if they merely pass through his hand is the course of trade”.*¹⁷

c. *American Marketing Association* mengartikan bahwa merek merupakan istilah, nama, lambang atau desain, tanda maupun kombinasinya yang ditujukan sebagai identifikasi barang atau jasa salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari para pesaing.¹⁸

¹⁷ Irsalina Julia Ermin, “*Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik Umum*”, Skripsi, Sarjana Hukum, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar, hlm. 15-16.

¹⁸ Philip Kotler, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, hlm. 258.

Merek sebagai bentuk HKI pada hakekatnya memiliki fungsi sebagai identifikasi asal produk dan layanan suatu perusahaan yang menjadi elemen kunci dalam perdagangan. Pelaku bisnis dapat menjaga kualitas produk dan/atau layanan serta mencegah persaingan tidak fair dari pesaing yang ingin memanfaatkan reputasinya dengan menggunakan merek. Selain itu, merek juga berperan sebagai alat pemasaran dan periklanan yang dapat memberikan informasi khusus kepada konsumen tentang produk dan/atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.¹⁹

2. Ruang Lingkup Merek

Ditetapkan dalam Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Merek bahwa merek terdiri dari:

a. Merek Dagang

Merek dagang merujuk pada merek yang diterapkan pada produk yang diperdagangkan oleh kelompok, individu, atau entitas hukum untuk membedakan antara suatu produk dengan yang lainnya, sesuai dengan deifinisi pasal 1 angka 2 Undang-Undang Merek 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 sejenis lainnya.”

¹⁹ Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, hlm. 3-4.

b. Merek Jasa

Merek jasa ialah merek yang dipakai untuk layanan yang disediakan atau diperdagangkan oleh kelompok, individu, atau entitas hukum sesuai dengan definisi Pasal 1 angka 3 bahwa:

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

Selain merek-merek sebelumnya, terdapat kategori merek lain yang diakui oleh hukum, salah satunya adalah merek kolektif. Merek ini didefinisikan sebagai identifikasi pada produk atau layanan dengan ciri-ciri serupa, namun diperdagangkan secara bersamaan oleh beberapa individu atau badan hukum dengan tujuan membedakan produk atau layanan serupa sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 4 bahwa:

“Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang danj atau jasa sejenis lainnya”.

3. Jenis-Jenis Merek

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian Ruang Lingkup Merek, terdapat setidaknya 3 Jenis merek yang berbeda, yaitu:²⁰

1. Merek Dagang
2. Merek Jasa

²⁰ Utomo, Tomi Suryo. 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 210.

3. Merek Kolektif

Selanjutnya, terdapat beberapa contoh tanda yang dapat dijadikan sebagai tanda merek sesuai ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek, yaitu:

a. Merek menggunakan gambar

Desain dalam merek harus sesuai dengan aturan hukum, memiliki kompleksitas visual yang tepat untuk mencerminkan kekhasan tertentu, dan tidak boleh terlalu sederhana. Tujuannya adalah agar gambar baik dalam bentuk maupun logo dapat dengan jelas mencerminkan identitas khusus sebagai elemen pembeda.

b. Merek yang menggunakan nama

Penggunaan nama yang umum tidak dapat dilakukan pendaftaran sebagai merek karena dapat mencerminkan ketidakjelasan identitas atau mengaburkan identitas tersebut yang pada akhirnya dapat menimbulkan kebingungan bagi masyarakat yang melihatnya.

c. Merek yang menggunakan kata atau kumpulan kata

Merek dapat berupa satu kata atau kombinasi kata yang umumnya digunakan. Jenis merek ini dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat daya pembeda yang data dibagi menjadi:

- 1) Kata Ciptaan adalah kata atau kombinasi kata yang belum pernah digunakan sebelumnya. Memiliki daya

pembeda yang kuat, tidak mempunyai arti, dan secara eksklusif digunakan untuk merek dagang.

- 2) Kata rangkaian (kalimat) adalah kata yang terbentuk dari penggabungan dua kata atau lebih tanpa makna khusus.
- 3) Kata umum adalah kata-kata umum yang dapat ditemukan dalam kamus dengan makna standar, namun tidak boleh berkaitan langsung dengan barang yang dimaksudkan dalam merek.
- 4) Kata kiasan adalah kata-kata yang memiliki hubungan tidak langsung dengan barangnya, menciptakan kesan terhadap produk tanpa menjelaskan secara langsung tentang barang tersebut.

d. Merek yang menggunakan huruf atau gabungan huruf

Merek dapat memanfaatkan huruf atau kombinasi huruf dalam berbagai bentuk, mulai dari inisial singkatan dengan atau tanpa pemisah titik, hingga gabungan huruf dengan desain atau pola gambar tertentu. Penulisan dapat bersifat khusus, memiliki bentuk atau tampilan tertentu, bahkan mungkin menggunakan hologram. Selama penggunaannya tidak terlalu rumit atau terlalu sederhana, huruf harus tetap memiliki daya pembeda yang memenuhi syarat untuk didaftarkan sebagai merek.

e. Merek yang menggunakan angka

Merek yang memanfaatkan angka seringkali memiliki daya pembeda yang kurang dan tidak efektif sebagai petunjuk. Hal ini disebabkan karena merek dengan angka cenderung digunakan sebagai indikator tingkat kualitas umum barang. Penggunaan satu angka saja tidak diizinkan karena angka harus dirancang sedemikian rupa untuk tetap memiliki daya pembeda yang cukup.

f. Merek yang menggunakan susunan warna

Menggunakan warna sebagai identifikasi merek harus melibatkan lebih dari satu elemen warna, bukan hanya satu. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan warna yang tersedia yang tidak dapat diklaim secara eksklusif oleh individu dengan satu warna saja. Pendekatan ini bertujuan mencegah orang lain untuk menggunakan warna yang sama.

g. Merek yang menggunakan campuran berbagai unsur

Merek dapat terbentuk dari campuran elemen tanda seperti kombinasi kata dengan symbol dan sejenisnya. Namun, jika kombinasi tersebut melibatkan tanda-tanda yang tidak dapat berfungsi sebagai merek karena kurang memiliki daya pembeda, kemungkinan besar kombinasi tersebut juga tidak akan memiliki daya pembeda. Misalnya suatu segi empat mungkin tidak dapat didaftarkan sebagai merek, tetapi ketika dikombinasikan dengan

kata triangle gabungan tersebut dapat membentuk merek yang memiliki daya pembeda dan dapat didaftarkan.²¹

4. Pembatalan Merek

a. Pengertian dan Tata Cara Pembatalan Merek

Pembatalan merek merujuk pada penghapusan hak atas suatu merek tertentu, mengakhiri hubungan antara produk dan produsennya sehubungan dengan hak lisensi, hak produksi, atau hak untuk memberikan izin kepada pihak lain. Tindakan ini menyebabkan hilangnya kaitan hukum dan kehilangan perlindungan hukum dari negara. Biasanya, pengajuan pembatalan merek dilakukan oleh pihak yang memiliki kepentingan, terkiat secara langsung atau merasa dirugikan, dan prosesnya diajukan ke Pengadilan Niaga untuk merek dagang yang spesifik.

Gugatan yang diajukan oleh pihak berkepentingan dapat membatalkan pendaftaran merek jika terdapat alasan bahwa merek tersebut tidak dapat didaftarkan atau ditolak sesuai dengan Undang-Undang Merek. Pada Pasal 20 Undang-Undang Merek mengatur bahwa:

“Merek tidak dapat didaftar jika:

a. bertentangan' dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;

²¹ Irsalina Julia Ermin, 2016, “*Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik Umum*” Skripsi, Sarjana Hukum, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar, hlm. 24.

- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau han5ra menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;*
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;*
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;*
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau*
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.”*

Kasasi merupakan langkah hukum yang dapat diambil untuk menentang keputusan pengadilan niaga terkait pembatalan. Pembatalan pendaftaran merek dapat terjadi jika merek tersebut melanggar peraturan tentang merek yang tidak dapat didaftarkan atau harus ditolak yang dijelaskan dalam Undang-Undang Merek. Pertama, apabila merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terdaftar pihak lain atau pemohon lain untuk barang maupun jasa sejenis termasuk pula apabila merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain sebagaimana yang diatur pada Pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Merek. Kedua, jika merek tersebut menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, maka permohonan merek tersebut dapat ditolak. Termasuk apabila merek tersebut merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional maupun

merupakan tiruan dan menyerupai nama atau merupakan tiruan tanda atau cap maupun stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga sebagaimana yang diatur pada Pasal 21 Ayat (2) Undang-Undang Merek. Ketiga, jika didaftar tidak dengan iktikad baik seperti yang ditentukan pada Pasal 21 Ayat (3).

b. Perbedaan Penghapusan Pendaftaran Merek dan Pembatalan Pendaftaran Merek

Kedua tindakan antara pembatalan dan penghapusan pendaftaran merek memiliki kesamaan dalam potensi untuk menghapus merek dari Daftar Umum Merek sehingga tetap dapat kehilangan perlindungan. Namun, perbedaannya terletak pada 4 (empat) aspek termasuk prosedur, persyaratan, alasan, dan jangka waktu pengajuan gugatan. Dari segi prosedur, penghapusan pendaftaran merek dapat dilakukan melalui tiga metode berbeda yaitu atas prakarsa Ditjen HKI, permintaan pemilik, dan atas permintaan pihak ketiga melalui putusan Pengadilan Niaga.²² Sementara untuk pembatalan pendaftaran merek hanya ada satu prosedur yang dikenal yaitu dengan mengajukan gugatan pembatalan oleh pihak yang berkepentingan atau pemilik merek yang tidak terdaftar dengan persyaratan harus mengajukan permohonan kepada Ditjen HKI sebelumnya.²³

²² Pasal 72 Undang-Undang Merek

²³ Pasal 76 Undang-Undang Merek

Aspek kedua melibatkan pertimbangan alasan. Undang-Undang Merek secara tegas menyebutkan alasan-alasan yang dapat digunakan untuk melakukan penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek, sehingga terdapat perbedaan mendasar. Ketiga, sebagai perbedaan antara penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek adalah persyaratannya. Undang-Undang Merek tidak mewajibkan pihak ketiga yang ingin mengajukan gugatan penghapusan pendaftaran merek, sesuai dengan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Merek. Sebaliknya, Undang-Undang Merek mempersyaratkan bahwa pihak ketiga yang ingin mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran merek harus merupakan pihak yang berkepentingan.²⁴

Perbedaan berikutnya terletak pada periode waktu untuk mengajukan gugatan. Undang-Undang Merek menetapkan batas waktu untuk penghapusan pendaftaran merek dengan alasan ketidakpenggunaan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.²⁵ Tidak ada interval waktu yang ditetapkan dalam pengajuan gugatan penghapusan pendaftaran merek. Sebaliknya, dalam pembatalan pendaftaran merek terdapat batasan waktu untuk mengajukan gugatan yang terbatas pada 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftaran merek. Gugatan pembatalan dapat

²⁴ Penjelasan Pasal 76 Undang-Undang Merek

²⁵ Pasal 74 Undang-Undang Merek

diajukan tanpa batasan waktu, kecuali jika ada iktikad tidak baik, pelanggaran terhadap moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.²⁶

D. Tanggung Jawab

1. Pengertian Tanggung Jawab

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab merujuk pada kewajiban menanggung segala konsekuensi jika terjadi sesuatu yang dapat dituntut, dipersalahkan dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab mengacu pada kewajiban seseorang untuk memenuhi kewajibannya.²⁷ Etimologisnya, tanggung jawab hukum atau *liability* seringkali disamakan dengan *responsibility*. Black Law Dictionary mengindikasikan bahwa istilah *liability* memiliki makna yang melibatkan berbagai aspek. Pengertian *legal liability* adalah *a liability which courts recognize and enforce as between parties*.²⁸

Liability adalah istilah hukum yang mencakup berbagai risiko atau kewajiban yang dapat mencakup hak dan kewajiban actual dan potensial seperti kerugian, ancaman, kejahatan, biaya, atau kondisi yang menimbulkan tugas untuk memenuhi undang-undang segera atau di masa depan. Sementara *responsibility* merujuk pada hal yang bisa dipertanggungjawabkan terkait kewajiban yang melibatkan keputusan,

²⁶ Pasal 77 Undang-Undang Merek

²⁷ Andi Hamzah, 2005, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 26.

²⁸ Soekidjo Notoatmojo, 2010, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 55.

keterampilan, kemampuan, dan kecakapan termasuk tanggung jawab politik terhadap pelaksanaan undang-undang. *Liability* focus pada pertanggungjawaban hukum sedangkan *responsibility* lebih terkait dengan pertanggungjawaban politik.²⁹ Tanggung jawab hukum terkonsep dengan hubungan gagasan kewajiban hukum yang menyiratkan bahwa seseorang memiliki kewajiban hukum terhadap tindakan tertentu dan memikul tanggung jawab hukum berarti seseorang tersebut akan dikenakan sanksi jika perbuatannya melanggar hukum.³⁰ Tanggung jawab hukum bisa dibagi menjadi pertanggungjawaban individu yang menunjukkan tanggung jawab pribadi seseorang terhadap pelanggaran yang dilakukannya sendiri, dan pertanggungjawaban kolektif yang merupakan tanggung jawab seseorang atas pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain.³¹

Pada dasarnya pertanggungjawaban hukum berkaitan namun tidak sama dengan konsep kewajiban hukum. Seseorang yang memiliki kewajiban hukum untuk berperilaku sesuai dengan norma tertentu dan pelanggaran terhadapnya dapat mengakibatkan tindakan paksa. Namun, tindakan paksa ini tidak selalu ditujukan langsung kepada seseorang yang diwajibkan, melainkan bisa diarahkan kepada orang lain yang berkaitan dengan cara yang diatur oleh sistem hukum.

²⁹ Ridwan H.R, 2002, *Hukum Administrasi Negara*, UII Press, Yogyakarta, hlm. 249-250.

³⁰ Titik Triwulan dan Shinta, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, hlm. 48.

³¹ *Ibid.*

Seseorang yang dikenakan sanksi dianggap bertanggung jawab atau secara hukum memikul tanggung jawab atas pelanggaran tersebut.³²

2. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Hukum Perdata

Pada bidang keperdataan, tanggung jawab merujuk pada kewajiban seseorang terhadap tindakan yang bertentangan dengan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki cakupan yang lebih luas daripada perbuatan pidana, mencakup tidak hanya pelanggaran undang-undang pidana tetapi juga pelanggaran terhadap undang-undang lain dan bahkan ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan hukum terkait perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang merasa dirugikan.³³

Tindakan melawan hukum tidak hanya berkonflik dengan peraturan hukum, melainkan juga melibatkan tindakan atau kelalaian yang mengabaikan hak orang lain sejalan dengan norma kesusilaan, kehati-hatian, dan norma kepatutan dalam interaksi sosial. Konsep tindakan melawan hukum juga bisa diberi pengertian sebagai serangkaian prinsip hukum yang bertujuan mengendalikan perilaku berisiko, menetapkan tanggung jawab atas kerugian yang muncul dari interaksi sosial, dan menyediakan mekanisme ganti rugi kepada korban melalui proses hukum yang sesuai. Pengaturan mengenai perbuatan melawan

³² Hans Kelsen, 2008, *Teori Hukum Murni (Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif)*, Nusamedia, Bandung, hlm. 136.

³³ Komariah, 2001, *Hukum Perdata (Edisi Revisi)*, UMM Press, Malang, hlm. 12.

hukum (*onrechtmatige daad*) dapat ditemukan dalam Pasal 1365 hingga Pasal 1380 BW.

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Prinsip bertanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*liability based on fault*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam BW, khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menentukan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.³⁴ Dalam Pasal 1365 BW yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a) Adanya perbuatan;
- b) Adanya unsur kesalahan;
- c) Adanya kerugian yang diterima;
- d) Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

³⁴ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, hlm. 59.

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai ia membuktikan ia tidak bersalah. Jadi beban pembuktian ada pada si tergugat.³⁵ Dalam prinsip ini tampak beban pembuktian terbalik, dimana dasar pemikiran dari teori ini, pembalikan beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Berdasarkan asas ini, beban pembuktian ada pada tergugat. Berkaitan dengan prinsip ini pelaku usaha dapat membebaskan diri dari tanggung jawab, kalau ia dapat membuktikan bahwa:

- a) Kerugian ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.
- b) Pelaku usaha sudah mengambil tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
- c) Kerugian yang timbul bukan karena alasannya.
- d) Kesalahannya atau kelalain yang dilakukan oleh pelaku usaha.

c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip ini untuk tidak selalu bertanggung jawab hanya dikenal dalam

³⁵ *Ibid*, hlm. 61.

lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.³⁶ Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah hukum pengangkutan, kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin atau bagasi tangan yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat dimintai pertanggungjawaban.

d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Kendati demikian, ada pula para ahli yang membedakan kedua terminologi di atas. *Strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian.³⁷

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*)

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid*, hlm. 63.

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk mencantumkan sebagai klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Dalam perjanjian cuci cetak film, misalnya ditentukan apabila film yang ingin dicuci atau dicetak itu hilang atau rusak, maka si konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali harga satu rol film baru.³⁸

Di dalam hukum perdata, pada dasarnya bentuk sanksi hukumnya berupa kewajiban untuk memenuhi prestasi. Pertanggungjawaban di hukum perdata merupakan pertanggungjawaban hukum yang didasari oleh adanya hubungan keperdataan para pihak. Dalam hubungannya dengan Putusan Nomor Putusan Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020, pihak pemegang merek Geprek Benu sebagai *franchisor* jelas memiliki tanggung jawab kepada seluruh *franchisee*-nya terkait dibatalkannya merek Geprek Benu sebab pembatalan merek Geprek Benu mempengaruhi perjanjian waralaba terkait merek Geprek Benu yang tidak lagi mendapatkan perlindungan hukum.

³⁸ *Ibid*, hlm. 65.

E. Waralaba

1. Pengertian Waralaba

Asal usul kata *franchise* dapat ditelusuri ke bahasa Latin, *francorum rex* yang berarti bebas dari ikatan dan merujuk pada kebebasan untuk mempunyai hak usaha. Definisi *franchise* sendiri berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan yang diambil dari kata *fran* berarti bebas atau *francher* berarti membebaskan yang umumnya diartikan menjadi pemberian hak istimewa.³⁹

Dampak globalisasi yang merambah berbagai sektor terutama perdagangan dan jasa, membawa konsep *franchise* masuk ke dalam ranah hukum di Indonesia. Istilah *franchise* menjadi umum dalam lingkup bisnis di Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk lebih mengetahui lebih lanjut setelah diistilahkan sebagai waralaba oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Pada kamus besar bahasa Indonesia waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih dan “laba” yang berarti untung, sehingga secara harfiah waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan keuntungan lebih.

³⁹ Adrian Sutendi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia Sinar Grafika, Bogor, hlm. 22.

PH Collin dalam Law Dictionary mendefinisikan Franchise sebagai "*Lisence to trade using a brand name and paying a royalty for it*". Definisi tersebut menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan royalti. Sejalan namun agak berbeda, *Franchise* atau Waralaba dalam *Black's Law Dictionary* diartikan sebagai:

"A special privilege granted or sold, such as to use a name or sell products or services. In its simple terms, a Franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a Franchise has evolved into an elaborate agreement under which the Franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance and the Franchisor undertakes to assist the Franchisee through advertising, promotion, and other advisory services."

Rumusan tersebut di atas menunjukkan bahwa waralaba ternyata tidak juga mengandung unsur-unsur sebagaimana yang diberikan pada lisensi, hanya saja dalam pengertian waralaba tersebut dalam Black's Law Dictionary, waralaba menekankan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang *Franchisor* (Pemberi waralaba), di mana pihak *Franchisee* (Penerima waralaba) berkewajiban untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standar dari pemberi waralaba, pemberi waralaba akan memberikan bantuan pemasaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik.

2. Jenis-Jenis Waralaba

1) *Product and Trade Mark Franchise*

Dalam bentuk *Product and Trade Mark Franchise*, *Franchisor* memberikan lisensi kepada *Franchisee* untuk menjual produk-produk atau merek dagang dari *Franchisor*.⁴⁰ Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya *Franchisor* mendapatkan sesuatu bentuk pembayaran royalti dimuka, dan selanjutnya *Franchisor* memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang diwaralabakan oleh *Franchisee*. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, Franchise dari produk dan merek dagang sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor, lisensi penjualan.⁴¹

2) *Business Format Franchise*

Dalam bentuk *Business Format Franchise*, *Franchisor* memberikan seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman, standar pengoperasian usaha dan juga bantuan dalam mengoperasikan *Franchise*. Dengan demikian *Franchisee* mempunyai identitas yang tidak terpisahkan dari *Franchisor*. Pada

⁴⁰ Suharnoko, 2004, *Sejarah dan Pengertian Franchise*, Prenada Media, Jakarta Timur, hlm. 83.

⁴¹ Sheila Felicia. 2010, "*Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba*", Tesis, Magister Hukum, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, hlm. 94.

umumnya bentuk ini digunakan dalam usaha *fast food restaurant* seperti KFC, Pizza Hut, Mc Donald.⁴²

F. Perjanjian Waralaba

1. Asas-Asas Perjanjian Berdasarkan Pasal 1338 dan Kaitannya Dengan Perjanjian Waralaba

Asas-asas hukum perjanjian adalah prinsip yang harus di pegang bagi para pihak yang mengikatkan diri ke dalam hubungan hukum perjanjian. Menurut Hukum Perdata, sebagai dasar hukum utama dalam melakukan suatu perjanjian, dikenal 5 asas penting sebagai berikut:

a. Asas Sepakat (Konsensualitas)

Asas konsensualitas, artinya dengan adanya kata sepakat antara kedua belah pihak, perjanjian sudah mengikat. Jadi perikatan lahir sejak detik tercapainya kesepakatan. Terhadap asas konsensualitas ini terdapat pengecualian, yakni adanya perjanjian Riil, misalnya:

a) Perjanjian penitipan barang (Pasal 1694 BW)

b) Perjanjian pinjam pakai (Pasal 1740 BW)

c) Perjanjian pinjam pakai sampai habis (Pasal 1754 BW)

Asas konsensualitas ini dapat kita simpulkan dari Pasal 1320 BW yang menentukan bahwa salah satu syarat sahnya

⁴² Suharnoko. *Loc.cit.*

perjanjian adalah kata sepakat karena dalam ketentuan Pasal 1320 BW tidak disebutkan suatu formalitas tertentu selain kesepakatan yang tercapai itu, maka disimpulkan bahwa setiap perjanjian itu sudah sah atau mengikat apabila sudah tercapai kesepakatan mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian itu.⁴³

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Kebebasan berkontrak artinya setiap orang bebas membuat perjanjian yang terdapat dalam Undang-Undang yang dikenal sebagai perjanjian bernama, misalnya jual beli, sewa menyewa, tukar menukar. Asas kebebasan berkontrak ini dapat disimpulkan dari Pasal 1338 Ayat (1) BW yang menentukan “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”.

Dengan menekankan kata “semua”, ketentuan tersebut seolah-olah berisikan suatu pernyataan kepada masyarakat bahwa setiap orang diperbolehkan membuat perjanjian yang berupa dan berisi apa saja, dan perjanjian itu akan mengikat mereka yang membuatnya seperti suatu Undang-Undang. Jadi dalam hal perjanjian, para pihak diperbolehkan membuat Undang-Undang bagi para pihak itu sendiri.

Setiap pasal yang ditentukan berlaku sepanjang para pihak tidak mengadakan aturan-aturan sendiri dalam perjanjian yang

⁴³ Komariah. 2013, *Asas-Asas Perjanjian Hukum Perdata Edisi Revisi*, UMM Press, Malang, Hlm.143.

diadakan. Asas kebebasan berkontrak ini dibatasi oleh hukum yang sifatnya memaksa, sehingga para pihak yang membuat persetujuan harus mentaati hukum yang sifatnya memaksa tersebut. Selain itu, meskipun setiap orang bebas membuat perjanjian yang berupa dan berisi apa saja, namun isi perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan dan ketertiban umum.⁴⁴

c. Asas Kepastian Hukum

Pasal 1338 BW menegaskan semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Dari pasal ini tertuang asas kepastian hukum, karena mengakui isi perjanjian sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang disebut dengan Undang-Undang dalam arti konkrit, yakni Undang-Undang yang lahir dari perjanjian dan hanya berlaku kepada para pihak dalam perjanjian.⁴⁵

d. Asas Iktikad Baik

Asas iktikad baik sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1338 Ayat (3) BW menyatakan bahwa pihak-pihak yang terlibat baik kreditur maupun debitur, diwajibkan menjalankan perjanjian dengan niat baik. Prinsip ini menekankan pelaksanaan substansi

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 144.

⁴⁵ *Ibid*.

perjanjian berdasarkan kepercayaan dan keyakinan yang kokoh dari semua pihak.⁴⁶

e. Asas Kepribadian

Asas kepribadian menegaskan bahwa individu yang melakukan atau membuat kontrak hanya bertujuan untuk kepentingan pribadi. Prinsip ini tercermin dalam Pasal 1315 BW dan Pasal 1320 BW. Pasal 1315 BW menyatakan bahwa umumnya seseorang hanya dapat melakukan perikatan atau perjanjian untuk kepentingan dirinya sendiri.⁴⁷

2. Unsur-Unsur Perjanjian Waralaba

Dalam setiap model perjanjian waralaba sekurang-kurangnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut :⁴⁸

- a. Adanya minimal dua pihak, yaitu pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*, di mana pihak *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba, sementara pihak *franchisee* merupakan pihak yang menerima bisnis waralaba tersebut.
- b. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari *franchisor*.
- c. Adanya kerja sama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara pihak *franchisor* dengan *franchisee*.
- d. Dipunyainya unit usaha tertentu (*outlet*) oleh pihak *franchisee*

⁴⁶ Merry Ruauw, "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor dan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise", Jurnal Hukum, Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi, Vol. 1 Nomor 1 April-Juni 2013, hlm. 116.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Adrian Sutedi, *Op.cit*, hlm. 80-81.

yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak *franchisor*.

- e. Terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee*.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 memuat salah satu poin yang penting, yaitu mengenai persyaratan bisnis waralaba. Suatu bisnis waralaba harus memiliki suatu ciri khas usaha yang terbukti memberikan keuntungan dan memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, kemudian dibuat dalam bentuk tertulis, bisnis tersebut mudah diajarkan dan diaplikasikan, serta adanya dukungan yang berkesinambungan dan hak kekayaan intelektual yang telah didaftarkan. Dapat disimpulkan bahwa dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba ini mewajibkan kepada para pihak yang berbisnis waralaba untuk membuat suatu kesepakatan tertulis yang dalam hal ini adalah suatu perjanjian.

Selain itu, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia, hal tersebut sesuai dengan Pasal 4 Ayat (1) peraturan pemerintah tersebut. Perjanjian waralaba pada dasarnya tidak perlu dibuat dalam bentuk akta notaris, tetapi para pihak dapat membuat sendiri di bawah tangan berdasarkan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam BW, dengan menyebutkan hal-hal yang diatur oleh Hukum dan Peraturan Perundang-undangan. Ketentuan-ketentuan tersebut merupakan suatu pengaturan yang harus ditaati oleh para

pihak selama pelaksanaan perjanjian waralaba, jika para pihak mematuhi semua ketentuan-ketentuan tersebut, maka akan meminimalisir terjadinya permasalahan dikemudian hari.

Secara garis besar, pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut :⁴⁹

- a. Hak yang diberikan oleh *franchisor* pada *franchisee*. Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya serta wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
- b. Kewajiban dari *franchisee* sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh *franchisor* pada saat *franchisee* memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.
- c. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak *franchisee* kepada pihak lain. Bila *franchisee* tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.
- d. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak. Tentunya perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin tidak ada jangka waktu berakhirnya,

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 82.

perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin untuk selamanya.

3. Syarat-Syarat Perjanjian Waralaba

Syarat perjanjian waralaba (*franchise*) sama seperti pada perjanjian-perjanjian yang lainnya, yang tunduk pada ketentuan dalam Pasal 1320 BW, yaitu antara lain:

a. Kesepakatan

Pengertian sepakat digambarkan sebagai persyaratan kehendak atau keinginan yang disetujui (*overeenstemende wilsverklaring*) antar pihak-pihak. Mengenai hal ini ada beberapa ajaran terkait kesepakatan, yaitu:⁵⁰

- a) Teori Kehendak (*wilstheorie*) yang mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan.
- b) Teori Pengiriman (*verzendtheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak dikirim oleh pihak yang menawarkan.
- c) Teori Pengetahuan (*vernemingstheorie*) mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan harusnya mengetahui jikalau tawarannya diterima.
- d) Teori Kepercayaan (*vertrowenstheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat pernyataan

⁵⁰ Mariam Darus Badruzaman, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, hlm. 24.

kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

b. Kecakapan

Kecakapan dalam hal ini yaitu para pihak yang membuat perjanjian harus mampu untuk melakukan suatu perbuatan hukum. Di dalam BW tidak disebutkan mengenai orang yang cakap melakukan perbuatan hukum, melainkan digariskan pada Pasal 330 BW bahwa individu dikategorikan dewasa bila telah berumur 21 tahun atau sudah pernah menikah. Ketidaccakapan seseorang diatur dalam Pasal 1330 BW yang menggariskan bahwa yang dianggap seseorang yang tidak cakap adalah orang yang belum dewasa, orang yang berada di bawah pengampuan (*curatele*), dan orang-orang perempuan dianggap tidak cakap untuk membuat perjanjian. Pasal 443 turut mengatur terkait ketidaccakapan individu yang apabila telah dewasa namun memiliki sakit pada pikirannya maka tetap berada dalam pengampuan.

c. Suatu Hal Tertentu

Arti suatu hal tertentu di sini adalah bahwa di dalam perjanjian dicantumkan apa yang menjadi objek dari perjanjian tersebut. Objek dari perjanjian tersebut merupakan sesuatu yang menjadi pokok perjanjian yang dikehendaki para pihak dalam membuat perjanjian yang tidak bertentangan dengan undang-

undang, kesusilaan, ketertiban umum. Pengaturan mengenai syarat suatu hal tertentu ini dapat dilihat dalam Pasal 1332, 1333, 1334, 1335 BW.

d. Suatu sebab yang diperbolehkan

Suatu sebab yang diperbolehkan disini memiliki pengertian bahwa perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Perjanjian yang dibuat tersebut menjadi tidak sah apabila perjanjian tersebut bertentangan dengan undang-undang, agama, dan ketertiban umum, dan kesusilaan.⁵¹ Pengaturan mengenai suatu sebab yang diperbolehkan ini terdapat dalam Pasal 1335 – 1337 BW.

⁵¹ Adrian Sutedi, *Op.Cit*, hlm. 96.