

# TINJAUAN YURIDIS UNSUR POKOK PERJANJIAN DAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM PERJANJIAN *FRANCHISE*

Yurida Zakky Umami, SH.,MH & Anto Kustanto, SH.,M.Hum

Fakultas Hukum Universitas Wahid Hasyim

Email : yuridazu@gmail.com

## ABSTRAK

Waralaba (*franchise*) merupakan salah satu cara yang dapat dianggap efektif bagi Indonesia yang tengah membangun perekonomiannya sebagai cara untuk mempertahankan diri untuk dapat bersaing pada perekonomian dunia. Seiring berjalannya waktu, waralaba atau *franchise* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi metode yang banyak di gunakan untuk memasuki dunia bisnis. *Franchise* adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari [kekayaan intelektual](#) (HKI) atau penemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan [barang](#) dan [jasa](#). Waralaba atau *franchise* menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Waralaba atau *franchising* dilakukan melalui perjanjian lisensi, yaitu izin untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu obyek yang dilindungi HKI untuk jangka waktu tertentu, dengan membayar sejumlah royalti. Berdasarkan kategori dari unsur-unsur perjanjian, maka perjanjian franchise harus memenuhi unsur-unsur *essensialia*, *naturalia* dan *accidentalialia*, dan unsur-unsur dalam perjanjian franchise, yaitu adanya para pihak, ada persetujuan antara para pihak, persetujuan bersifat tetap bukan suatu perundingan, ada tujuan yang hendak dicapai, ada prestasi yang akan dilaksanakan, berbentuk lisan atau tulisan, ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian. Selain itu, perjanjian franchise haruslah memenuhi syarat sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata antara lain, adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, terdapat objek yang akan difranchisekan, karena sebab yang halal, terdapat tujuan perjanjian, terdapat ketentuan pembayaran royalti kepada *franchisor*. Sedangkan Hak Kekayaan Intelektual yang terdapat dalam perjanjian *franchise* antara lain adalah, Hak Merek, Paten, dan Hak Cipta.

**Kata Kunci : Perjanjian, *Franchise*, Hak Kekayaan Intelektual**

## A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi seperti sekarang ini, mau tidak mau berdampak pada kegiatan perekonomian dunia, Indonesia yang tengah membangun perekonomiannya harus mencari cara untuk mempertahankan diri untuk dapat bersaing. Salah satu cara yang dapat dianggap efektif adalah dengan melalui waralaba (*franchise*). Waralaba atau *franchise* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi metode yang banyak di gunakan untuk memasuki dunia bisnis, bagi jutaan bisnis yang didirikan di Amerika Serikat dan Eropa.<sup>37</sup>

Sistem franchise ini pada dasarnya merupakan sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen, seperti yang disebutkan oleh Michele Lee yaitu, *A franchise exists when a franchisor grants to a franchisee the right to market goods and services following established marketing and distribution practices with the assistance of the franchisor.*<sup>38</sup> Bentuk usaha waralaba atau *franchising* merupakan bentuk usaha yang cukup mendapat perhatian para pelaku bisnis. Hal ini dikarenakan sistem *franchise* dinilai dapat menjadi suatu cara untuk meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha.

*Franchise* berasal dari bahasa Perancis yang artinya kejujuran atau kebebasan untuk menjual suatu produk, jasa maupun layanan.<sup>39</sup> Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari [kekayaan intelektual](#) (HKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan

---

<sup>37</sup> Salim, H.S. 2005. *Perkembangan Hukum Kontrak Innomuat Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal, 167

<sup>38</sup> Michele Lee. 2003. *Franchising in China: Legal Challenges When First Entering the Chinese Market*. American University International Law. Hal 955

<sup>39</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>, diakses pada tanggal 14 Juli 2014

persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan [barang](#) dan [jasa](#)<sup>40</sup>

Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, memberikan pengertian waralaba yaitu, “hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.” Waralaba atau *franchising* dilakukan melalui perjanjian lisensi, yaitu izin untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu obyek yang dilindungi HKI untuk jangka waktu tertentu, dengan membayar sejumlah royalty.

*Franchise* sebagai suatu perjanjian harus berdasarkan pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Mengingat pada praktiknya tidak sedikit pihak-pihak dalam perjanjian *franchise* mengalami kendala dalam menerapkan isi perjanjian, maka dari itu pada pembuatan perjanjian lisensi *franchise* hendaknya unsur-unsur pokok perjanjian, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang harus dituangkan secara jelas didalam klausul-klausul perjanjian *franchise*. Selain itu, aspek-aspek yang berhubungan dengan HKI juga harus tertuang dalam perjanjian *franchise*, karena dalam pelaksanaannya melibatkan hak pemanfaatan dan penggunaan hak atas intelektual.

## **B. PERMASALAHAN**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dan dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Unsur-unsur pokok perjanjian apakah yang harus dipenuhi dalam perjanjian *franchise*?
2. Aspek HKI apa saja yang terdapat dalam perjanjian *franchise*?

---

<sup>40</sup> *Ibid.*

## C. PEMBAHASAN

### 1. Unsur-Unsur Pokok Perjanjian Dalam Perjanjian *Franchise*

Perlu diketahui bahwa bentuk perjanjian *franchise* memiliki beberapa variasi atau terdiri dari beberapa macam bentuk, karena setiap kontrak perjanjian *franchise* tidak memiliki elemen-elemen dasar yang sama, baik dari aspek perjanjian atau kontraknya, maupun dari segi hak milik intelektual yang melekat di dalamnya. *franchise* dapat dianggap sebagai paket bisnis, sedangkan dari sudut hukum, *franchise* adalah suatu kontrak atau perjanjian kerjasama standard dan dari sudut Pemerintah dan masyarakat umum dianggap sebagai hubungan kemitraan usaha.

Sebelum membahas tentang bentuk-bentuk *franchise* ada baiknya perlu diketahui beberapa pengertian *franchise* yang berkembang selama ini. Menurut Martin D. Fern. *Franchise* dari aspek unsurnya masyarakat adanya 4 unsur utama, yaitu:<sup>41</sup>

- a. Pemberian hak untuk berusaha dalam bisnis tertentu;
- b. Lisensi untuk menggunakan tanda pengenal perusahaan biasanya suatu merek dagang atau merek jasa, yang akan menjadi ciri pengenal dari bisnis *franchise*.
- c. Lisensi untuk menggunakan rencana pemasaran dan bantuan yang luas oleh *franchisor* (Pemberi Lisensi) kepada *franchisee* (Penerima Lisensi) dan;
- d. Pembayaran oleh *franchisee* kepada *franchisor* berupa sesuatu yang bernilai bagi *franchisor* selain dari harga borongan bonafide atas barang yang terjual.

Bentuk perjanjian *franchise* merupakan bentuk perjanjian baku, yaitu merupakan perjanjian tertulis antara para pihak, yang didalamnya telah terdapat syarat-syarat tertentu yang dibuat oleh pihak *franchisor*. Pihak *franchisee* umumnya tidak turut serta dalam menyusun kontrak. Selain

---

<sup>41</sup> Juajir Sumardi.1995. *Aspek-aspek Hukum franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti. Hal 18.

itu perjanjian baku disebut juga perjanjian *take it or leave it*, yaitu pihak *franchisee* hanya menyepakatinya saja jika ia menyetujuinya.

Berdasarkan unsur perjanjian umum, unsur-unsur pokok perjanjian yang harus ada dalam klausa perjanjian *franchise* antara lain:

- a. *Essensialia*, yaitu unsur adanya persetujuan pengalihan hak para pihak karena, tanpa adanya persetujuan para pihak, perjanjian tidak mungkin ada.
- b. *Naturalia*, yaitu unsur yang oleh undang-undang ditentukan sebagai peraturan yang bersifat mengatur. Unsur *naturalia* pada Perjanjian terdapat dalam Pasal 11 ayat 3 yaitu: “untuk maksud pembatalan berdasarkan Pasal 12 ayat 2 para pihak dapat mengesampingkan ketentuan Pasal 1226 dan 1267 dari KUH Perdata sejauh keputusan hakim diperlukan untuk membatalkan suatu perjanjian.
- c. *Accidentalialia*, yaitu unsur yang oleh para pihak ditambahkan dalam persetujuan dimana undang-undang tidak mengaturnya. Unsur *accidentalialia* biasanya tertuang dalam addendum, antara lain: Hal-hal yang dianggap perlu untuk ditegaskan tetapi belum diatur dalam Perjanjian dapat diatur kemudian oleh para pihak, dan setiap perubahan dan/atau penambahan dan/atau pengurangan dari pihak secara tertulis dalam suatu addendum dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perjanjian ini.

Sedangkan menurut unsur-unsur perjanjian adalah sebagai berikut:

- a. Ada beberapa pihak

Para pihak dalam perjanjian ini disebut subyek perjanjian. Subyek perjanjian dapat berupa orang atau badan hukum. Subyek perjanjian ini harus berwenang untuk melaksanakan perbuatan hukum seperti yang ditetapkan oleh undang-undang.

- b. Ada persetujuan antara para pihak

Persetujuan antara para pihak bersifat tetap, bukan suatu perundingan. Dalam perundingan umumnya dibicarakan

mengenaisyarat-syarat dan obyek perjanjian itu timbul perjanjian.

- c. Adanya tujuan yang hendak dicapai  
Mengenai tujuan yang hendak dicapai tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Tujuan dalam perjanjian ini adalah memperluas usaha *franchisor* dengan memberikan lisensi kepada *franchisee*, dengan tidak melanggar undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.
- d. Adanya prestasi yang akan dilaksanakan  
Prestasi merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak pihak sesuai dengan syarat-syarat perjanjian. Prestasi yang harus dilaksanakan dalam perjanjian ini adalah memenuhi kewajiban yang mengatur masing-masing pihak.
- e. Adanya bentuk tertentu lisan atau tulisan  
Pentingnya bentuk tertentu ini karena undang-undang yang menyebutkan bahwa hanya dengan bentuk tertentu suatu perjanjian mempunyai kekuatan mengikat dan bukti yg kuat. Perjanjian ini dibuat dalam bentuk tertulis di atas kertas bermaterai cukup dan dengan dihadiri oleh dua orang saksi sehingga perjanjian ini bersifat mengikat kedua belah pihak dan berkekuatan hukum.
- f. Adanya syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian  
Syarat-syarat yang terdapat dalam perjanjian ini menimbulkan hak dan kewajiban masing-masing pihak.  
Menurut syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, perjanjian *franchise* tersebut adalah sah, karena dilakukan atas:
  - a. Kesepakatan para pihak pada penandatanganan kontrak *franchise* tersebut.

- b. Kecakapan masing-masing pihak dimana kedua belah pihak telah cakap dalam melakukan perbuatan hukum.
- c. Suatu hal tertentu, dimana objek suatu perjanjian harus jelas. Obyek dalam perjanjian *franchise*, dapat berupa barang atau jasa
- d. Suatu sebab yang halal, yaitu perjanjian ini sah karena tidak bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Perjanjian *Franchise* adalah suatu perjanjian yang diadakan oleh pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* dimana pihak *franchisor* memberi hak kepada pihak *franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu berdasarkan perjanjian dengan pembayaran sejumlah royalti kepada *franchisor*. Dari pengertian perjanjian *franchise* tersebut dapat disimpulkan adanya beberapa unsur dalam perjanjian *franchise*, antara lain:<sup>42</sup>

- a. Adanya suatu perjanjian yang disepakati
- b. Adanya pemberian hak dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk memasarkan atau memproduksi barang atau jasa yang difranchisekan
- c. Pemberian hak tersebut berdasarkan waktu dan tempat tertentu
- d. Adanya pembayaran uang kepada pihak *franchisor*

Perjanjian *franchise* dibuat oleh para pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee* yang kedua belah pihak berlaku sebagai subjek hukum baik perorangan ataupun badan hukum. *Franchisee* berhak menggunakan nama, cap dagang, dan logo milik *franchisor* yang sudah lebih dahulu dikenal dalam dunia perdagangan. Pembayaran-pembayaran yang dilakukan antara lain; pembayaran awal, pembayaran selama berlangsungnya *franchisee*, pembayaran atas pengoperan hak

---

<sup>42</sup> Juarji Sumardi, *Hukum Perusahaan Transisional Dan Franchise. Op Cit.* hal 118

*franchisee* kepada pihak ketiga, *Franchisor* berkewajiban menyediakan bahan baku, serta alat-alat perlengkapan yang dibutuhkan.

## 2. Aspek-Aspek HKI dalam Perjanjian *Franchise*

Pada dasarnya sistem bisnis *franchise* merupakan suatu sistem yang berdasarkan pada kesuksesan terdahulu yang dimiliki oleh seseorang dan/atau perusahaan. Oleh karena itu, suatu bisnis *franchise* mensyaratkan adanya kesuksesan dari bisnis yang akan difranchisekan, atau harus ada seorang *franchisor* yang terlebih dulu sukses di bidang usaha. Kesuksesan yang diraih oleh *franchisor* dalam menjalankan usahanya tersebut pada dasarnya tidak diperoleh dengan mudah, tetapi diraih berkat kerja keras, bahkan melalui berbagai riset dan promosi yang akhirnya menghasilkan kesuksesan di pasaran.

Kesuksesan dari pihak *franchisor* dalam melakukan usahanya, yang ditandai dengan merk dan logo yang terkenal serta telah mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, maka pihak *franchisee* yang ingin melakukan usaha tanpa harus bersusah payah dengan menghabiskan banyak modal, tenaga dan pikiran, maka melakukan usaha dengan sistem *franchise* banyak menjadi pilihan. Melalui hubungan kerja sama di bidang *franchise* ini, maka pihak *Franchisee* berhak untuk menggunakan merk dan logo yang sudah dikenal publik.

Melakukan usaha dengan menggunakan merk, logo, sistem dan teknologi yang telah terkenal kemungkinan peluang untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dinilai lebih mudah daripada harus membuka usaha sendiri dengan nama, sistem, teknologi, merk, serta logo dagang yang belum dikenal oleh masyarakat. Kesuksesan sistem bisnis *franchise* yang ditandai dengan adanya merek dan logo yang telah dikenal oleh konsumen, perlu mendapat perlindungan hukum, khususnya terhadap tindakan pihak-pihak tertentu yang ingin mendapatkan keuntungan dari kesuksesan pihak lain tanpa harus melakukan hubungan hukum yang sah dengan pihak pemilik merk dan logo tersebut.



Suatu perjanjian *franchise* pada dasarnya dapat mengatur tentang perlindungan HKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh *franchisee*, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pihak *Franchisor*. Perjanjian *franchise* tidak lepas dari aspek HKI telah terdaftar pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, antara lain:

**a. Hak Merek**

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. Berdasarkan Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Pihak yang mendapatkan hak atas merek secara eksklusif dapat memakai merek tersebut, sedangkan pihak lain tidak boleh memakainya, kecuali dengan izin dari pihak pendaftar merek tersebut. Menurut Pasal 41 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena: pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian, atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Sedangkan pemakaian merek dapat dilakukan oleh pemilik sendiri, maupun oleh orang lain

dengan izin pemilik merek. Izin ini dapat diperoleh melalui lisensi atau *franchise*.

**b. Hak Paten**

Berdasarkan Undang-Undang No. 13 Tahun 2016 tentang Paten, Pasal 1 ayat 1 paten merupakan adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya. Selanjutnya pada Pasal 1 angka 2 dijelaskan, invensi adalah ide inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses.

Berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Paten tersebut dapat disimpulkan bahwa invensi atau penemuan adalah kegiatan pemecahan masalah tertentu di bidang teknologi yang dapat berupa: proses produksi, hasil produksi, penyempurnaan proses produksi, penyempurnaan hasil produksi, atau pengembangan proses produksi, pengembangan hasil produksi.

Aspek Paten dalam perjanjian *franchise* berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tersebut adalah, dapat berupa hasil produksi misalnya produk makanan yang dibuat dengan bahan-bahan dan bumbu-bumbu sesuai dengan standar pihak *franchisor*, serta teknologi yang digunakan pada proses pembuatannya. Selain itu, aspek paten dalam perjanjian *franchise* juga mencakup alat-alat dengan teknologi tertentu yang digunakan dalam usaha, misalnya otomotif.

**c. Hak Cipta**

Hak cipta dijumpai diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Berdasarkan Pasal 1 ayat 1

Undang-Undang tersebut, dikemukakan hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pencipta disini adalah seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi.

Ciptaan yang dimaksud adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata. Seseorang yang dapat menjadi pemegang hak cipta antara lain, pencipta sebagai pemilik hak cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah. Hak Cipta dapat beralih atau dialihkan, baik seluruh maupun sebagian karena, pewarisan, hibah, wakaf, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab lain yang dibenarkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Hak Cipta dalam perjanjian franchise antara lain adalah logo, atau billboard yang menjelaskan produk yang bersangkutan, pihak franchisee akan mengikuti bentuk logo, billboard, warna yang telah ditentukan sesuai dengan standar pihak franchisor. Selain itu pihak franchisee dapat menyelenggarakan promosi dan iklan yang pantas dan memadai sesuai standard dan persyaratan yang ditentukan oleh pihak franchisor. Terkait dengan promosi yang biasanya berbentuk pamflet atau iklan yang merupakan aspek hak cipta yang termasuk dalam bidang seni rupa dan sinematografi

#### **d. Rahasia Dagang**

Rahasia dagang dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di

bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang". Dilihat dari definisi tersebut terdapat unsur-unsur, maka dapat ditarik pengertian rahasia dagang terdiri dari unsur-unsur dan penjelasannya sebagai berikut:<sup>43</sup>

a. Adanya pengertian mengenai informasi

Pengujian apakah suatu informasi dapat dikualifikasikan sebagai rahasia dagang pertama-tama diukur sampai taraf mana informasi itu diketahui oleh kalangan luar perusahaan itu. Berdasarkan hal ini maka pemilik rahasia dagang harus dapat membuktikan bahwa informasi itu benar-benar hanya diketahui oleh perusahaannya bukan merupakan informasi yang bersifat umum. Bersifat rahasia artinya informasi tersebut bukan menjadi milik umum atau *public domain*.

b. Informasi tersebut merupakan informasi yang tidak diketahui siapapun Pemilik Rahasia dagang harus menjaga informasi yang bersifat rahasia dari pihak-pihak lain yang dapat merugikan kepentingannya. Undang-Undang Rahasia Dagang memberikan penjelasan pemilik rahasia dagang telah menjaga rahasia dagangnya apabila telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000, bahwa Ruang Lingkup dari rahasia dagang adalah Lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan atau informasi lain di bidang teknologi dan atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.<sup>44</sup> Aspek Rahasia Dagang dalam perjanjian *franchise* adalah mengenai bahan baku, proses produksi, atau informasi lain di

---

<sup>43</sup> Tomi Suryo Utomo 2010. *.Hak Kekayaan Intelektual [HKI] di Era Global*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hlm. 168

<sup>44</sup> Ermansyah Djaja. 2009. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika. Hlm 363

bidang teknologi yang tidak diketahui oleh masyarakat umum. Aspek tentang rahasia dagang terdapat dalam perjanjian *franchise* antara lain:

- 1) Pihak *franchisee* wajib menggunakan bahan baku, dan alat-alat perlengkapan sebagaimana biasanya digunakan oleh pihak *franchisor*.
- 2) Pihak *franchisee* tidak diperkenankan untuk memakai dan atau menjual produk dengan merek dagang, logo, berikut rahasia-rahasia perdagangannya di luar wilayah/lingkungan restoran yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan kategori dari unsur-unsur perjanjian, maka perjanjian *franchise* harus memenuhi unsur-unsur *essensialia*, *naturalia* dan *accidentalialia*, dan unsur-unsur dalam perjanjian *franchise*, yaitu adanya pihak *franchisor* dan *franchisee*, ada persetujuan antara para pihak, persetujuan bersifat tetap bukan suatu perundingan, ada tujuan yang hendak dicapai, ada prestasi yang akan dilaksanakan, berbentuk lisan atau tulisan, ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian. Selain itu, perjanjian *franchise* haruslah memenuhi syarat sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata antara lain, adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, terdapat objek yang akan difranchisekan, karena sebab yang halal, terdapat tujuan perjanjian, terdapat ketentuan pembayaran *royalty* kepada *franchisor*. Sedangkan Hak Kekayaan Intelektual yang terdapat dalam perjanjian *franchise* antara lain adalah, Hak Merek, Paten, dan Hak Cipta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Salim, H.S. 2005. *Perkembangan Hukum Kontrak Innomuat Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika
- Lee, Michele. 2003. *Franchising in China: Legal Challenges When First Entering the Chinese Market*. American: University International Law
- Juajir Sumardi. 1995. *Aspek-aspek Hukum franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Tomi Suryo Utomo. 2010. *.Hak Kekayaan Intelektual [HKI] di Era Global*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ermansyah Djaja. 2009. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika