



Tanggung Jawab Pemberi Waralaba Terhadap Penerima Waralaba Atas Merek Usaha Waralaba Yang Tidak Terdaftar

Raja Nabilla Marshanda Sahla^{1*}, Rika Lestari², Setia Putra³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia.

@ : rajanabilla.ms18@gmail.com

Corresponding Author*



Abstract

Introduction: The franchisor did not register the business brand with the Directorate General of Intellectual Property so that the franchisor could not make a Franchise Prospectus and could not apply for a Franchise Registration Certificate.

Purposes of the Research: The purpose of this research is to find out how the legal consequences for franchisees for unregistered franchise business marks and to find out the responsibilities of franchisors to franchisees for unregistered franchise business marks in Pekanbaru City.

Methods of the Research: The type of research used is sociological legal research that wants to see the correlation between law and society, so as to reveal the effectiveness of the application of law in society.

Results of the Research: This study found that the legal consequences of franchises that do not register their trademarks will result in a franchise agreement made by the franchisor and franchisee will be null and void because it does not meet the valid requirements of the agreement, namely the *halal causa*. The responsibility given by the franchisor to franchisees who have suffered losses is compensation and immediately register their business brand and apply for a Franchise Registration Certificate to the authorized agency.

Keywords: Responsibility; Franchise; Brand.

Abstrak

Latar Belakang: Pemberi waralaba tidak mendaftarkan merek usaha ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) sehingga pemberi waralaba tidak dapat membuat Prospektus Waralaba dan tidak bisa mengajukan permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Tujuan Penelitian: Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana akibat hukum bagi penerima waralaba atas merek usaha waralaba yang tidak terdaftar dan mengetahui tanggung jawab pemberi waralaba kepada penerima waralaba atas merek usaha waralaba yang tidak terdaftar di Kota Pekanbaru.

Metode Penelitian: Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum sosiologis yang hendak melihat korelasi antara hukum dan masyarakat, sehingga mampu mengungkapkan efektivitas berlakunya hukum dalam masyarakat.

Hasil Penelitian: Penelitian ini mendapati hasil yakni akibat hukum dari waralaba yang tidak mendaftarkan mereknya akan mengakibatkan perjanjian waralaba yang dibuat oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba akan batal demi hukum karena tidak memenuhi syarat sah perjanjian, yaitu *causa yang halal*. Adapun tanggung jawab yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba yang telah mengalami kerugian adalah ganti rugi dan segera mendaftarkan merek usahanya dan mengajukan permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba ke dinas yang berwenang.

Kata Kunci: Tanggungjawab; Waralaba; Merek.

Dikirim: 2024-11-26

Direvisi: 2024-12-27

Dipublikasi: 2024-12-31

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi merupakan era dimana lalu lintas perdagangan dapat merambah ke belahan dunia, para pelaku usaha dituntut untuk mengembangkan bisnisnya agar mampu bersaing dan mampu menembus negara lain, dalam dunia bisnis terdapat model pengembangan bisnis dari luar (*growth from outside*), yaitu dengan melakukan akuisisi atau menggunakan merek milik pihak lain secara sah dalam hal ini sering disebut sebagai sistem waralaba. Strategi ini terkadang lebih menguntungkan dibanding dengan menerapkan pengembangan produk baru (*new product development*) yang merupakan bagian dari model pengembangan bisnis dari dalam (*growth from within*).¹ Model bisnis waralaba dipandang lebih mudah mendatangkan keuntungan dibanding membuka cabang usaha yang membutuhkan modal. Oleh sebab itu, waralaba banyak dipilih pelaku usaha, terbukti pertumbuhan waralaba di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Bisnis waralaba telah berhasil menembus batas-batas negara, bahkan ke depan konsep bisnis waralaba akan menjadi pilihan bisnis masyarakat paling menarik.²

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan juga Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, mendefinisikan bahwa waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.³

Pemilik metode waralaba disebut sebagai pemberi waralaba sedangkan pihak yang diberi hak untuk menggunakan metode tersebut disebut sebagai penerima waralaba. Pemberi waralaba merupakan perorangan dan/atau badan usaha yang memberikan haknya atas kekayaan intelektual yang dimilikinya untuk dimanfaatkan oleh pihak lain. Sedangkan penerima waralaba adalah perorangan dan/atau badan usaha yang mendapat hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual yang dimiliki oleh pemberi waralaba.⁴

Waralaba sebagai konsep bisnis mengenai pemberian penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang diatur dalam sebuah perjanjian waralaba.⁵ Menurut Pasal 1 Angka 7 Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba, Perjanjian Waralaba adalah perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang berisi tentang pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Waralaba dengan jangka waktu dan syarat tertentu. Perjanjian waralaba tersebut memuat klausul-klausul yang telah disepakati bersama tentang apa-apa saja yang digunakan dalam melaksanakan usaha waralaba serta memuat hak dan kewajiban bagi pemberi waralaba dan

¹ Slamet Yuswanto, *Merek Nafas Waralaba* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 6.

² Slamet Yuswanto, "Efektivitas Ketentuan Hki Terdaftar Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba," *Jurnal Legislasi Indonesia* 15, no. 3 (2018): 129–43, <https://e-jurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/233>.

³ Franky Slamet, *Pengantar Manajemen Waralaba* (Jakarta: Indeks, 2016), h. 18.

⁴ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 19.

⁵ Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Pewaralabaan* (Jakarta: Harvarindo, 2006), h. 34.

penerima waralaba.⁶ Guna menjamin perlindungan hukum, suatu merek harus dilakukan pendaftaran kepada instansi yang berwenang, dalam hal ini ialah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Indonesia. Berdasarkan hal tersebut telah timbul suatu jaminan dan kepastian hukum dalam penggunaan suatu merek.⁷ Merek yang sudah terdaftar merupakan salah satu unsur dalam Prospektus Waralaba, dimana Prospektus Waralaba tersebut akan digunakan untuk mengajukan permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Selain kewajiban untuk mendaftarkan merek, pemberi waralaba juga harus memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).⁸ Menurut Pasal 1 Angka 8, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) adalah Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat STPW adalah Perizinan Berusaha untuk menunjang kegiatan usaha yang merupakan tanda bukti orang perseorangan atau badan usaha telah terdaftar sebagai penyelenggara Waralaba. Keharusan memiliki STPW disebutkan pada Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024, yaitu Pemberi Waralaba, Pemberi Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba, dan Penerima Waralaba Lanjutan wajib memiliki STPW sebagai Perizinan Berusaha untuk menunjang kegiatan usaha.⁹

Berdasarkan uraian diatas, objek permasalahan yang ingin penulis teliti adalah waralaba X yang berada di Kota Pekanbaru, yang hingga saat ini pemberi waralaba X belum mendaftarkan merek usahanya dan tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), sehingga mengakibatkan penerima waralaba akan mengalami kerugian dalam segi perjanjian dan administrasi waralaba. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (*Franchisee*) Terhadap Pewaralaba (*Franchisor*) Yang Tidak Memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW)” yang diteliti oleh Tika Ayu Listia Ningrum dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada penelitian tersebut mengkaji mengenai perlindungan hukum terhadap penerima waralaba (*franchisee*) dalam perjanjian waralaba yang tidak didahului dengan pendaftaran Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), sedangkan pada penelitian ini penulis mengkaji mengenai akibat hukum bagi waralaba dengan merek waralaba tidak terdaftar dan tidak memiliki STPW di Kota Pekanbaru dan tanggung jawab pemberi waralaba kepada penerima waralaba atas merek usaha waralaba yang tidak terdaftar di Kota Pekanbaru.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian hukum sosiologis yakni penelitian yang hendak melihat korelasi antara hukum dan masyarakat, sehingga mampu mengungkapkan efektifitas berlakunya hukum dalam masyarakat. Jadi pada penelitian sosiologis ini yang diteliti pada awalnya adalah data sekunder yang kemudian dilanjutkan dengan penelitian terhadap data primer di lapangan, atau sesuai dengan kenyataan yang

⁶ Lathifah Hanim, “Perlindungan Hukum HKI Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia,” *Jurnal Hukum Unissula* XXVI, no. 2 (2011): 571-89.

⁷ Abdul Hariss, Nur Fauzia, and Puti Indah Ramaya, “Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM Dalam Pendaftaran Merek Dagang Di Kemenkumham Kota Jambi,” *Wajah Hukum* 7, no. 1 (2023): 155-65, <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i1.1194>.

⁸ Muchtar A H Labetubun, “The Legal Review of The Rights of Foreign Brands Onweaknesses of First To Fole Registration Principles In Indonesia,” in *International Conference : Intellectual Property and Potential Resources for Public Welfare* (Mataram: Faculty of Law, University of Mataram in Cooperation with Association of Intellectual Property Lecturer of Indonesia, 2017), 213-27.

⁹ Yuswanto, *Merek Nafas Waralaba*, h. 131.

hidup dalam masyarakat.¹⁰ Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum sosiologis yakni diantaranya data primer yang diperoleh secara langsung di lapangan dengan mengadakan observasi dan wawancara pada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang dibahas. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, serta kajian kepustakaan, dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis secara kualitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Akibat Hukum Bagi Waralaba Dengan Merek Waralaba Tidak Terdaftar dan Tidak Memiliki STPW Di Kota Pekanbaru

Akibat hukum adalah akibat suatu tindakan yang dilakukan untuk memperoleh suatu akibat yang dikehendaki oleh pelaku dan yang diatur oleh hukum. Tindakan yang dilakukannya merupakan tindakan hukum yakni tindakan yang dilakukan guna memperoleh sesuatu akibat yang dikehendaki hukum. Waralaba selaku perjanjian yang sesuai prosedur yang mengacu pada ketentuan umum yang telah berlaku, khususnya mengenai sahnya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III Kitab undangundang hukum perdata. Pasal 1313 KUH Perdata menjelaskan perjanjian ialah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lainnya atau lebih. Pasal tersebut menjelaskan bahwa suatu perjanjian menimbulkan akibat hukum yaitu adanya kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang kepada satu atau lebih orang lainnya atas prestasi tersebut. Waralaba merupakan perjanjian timbal balik, hal itu karena kedua belah pihak berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu.¹¹ Disebabkan karena telah terjadi perikatan perjanjian antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, berarti telah timbul hubungan hukum antara keduanya sehingga dalam melakukan kewajiban dan menerima hak mereka membutuhkan perlindungan hukum yang pasti. Agar memberikan kenyamanan, perjanjian yang dibuat antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba pada usaha waralaba harus ada perlindungan hukum di dalamnya, terutama berkaitan dengan penggunaan terhadap Hak Kekayaan Intelektual.¹²

Menurut Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba menyebutkan bahwa: Pemberi Waralaba, Pemberi Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba, dan Penerima Waralaba Lanjutan yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), dan Pasal 14 ayat (1) dikenai sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perizinan Berusaha berbasis risiko. Pada Pasal 413 Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Perizinan Berusaha Berbasis Resiko menyebutkan bahwa : Setiap Pelaku Usaha yang berdasarkan hasil Pengawasan ditemukan ketidaksesuaian atau pelanggaran terhadap Perizinan Berusaha di sektor perdagangan, dikenai sanksi administratif berupa: a. teguran tertulis; b. penarikan barang dari

¹⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI- Press, 2010), h. 52.

¹¹ Arif Effendi, "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Pada Usaha Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian)," *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 2 (2021): 533-48, <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/713>.

¹² I Made Parta Wedhana Dwiyooga and Putri Triari Dwijayanthi, "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba C'bezt Denpasar)," *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 9 (2022): 2147-2157.

distribusi; c. penghentian sementara kegiatan usaha; d. penutupan gudang; e. denda administratif; dan atau f. pencabutan Perizinan Berusaha. Berdasarkan wawancara dengan pemberi waralaba X, yaitu Rosi, Ia mengatakan bahwa hingga saat ini usaha waralabanya belum diberikan sanksi dari pihak berwenang. Rosi sendiri tidak mengetahui akibat hukum yang akan berdampak pada usaha waralabanya apabila Ia tidak memiliki sertifikat merek dan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Rosi juga mengatakan bahwa rekan-rekannya yang juga memiliki usaha waralaba, juga belum mendaftarkan merek usaha waralaba mereka. Hal ini membuat Rosi beranggapan bahwa apabila tidak memiliki sertifikat merek dan STPW, maka usaha waralabanya akan terus berjalan. Padahal ini akan memberikan kerugian kepada dirinya sendiri dan pihak penerima waralaba X. kemudian penulis juga mewawancarai ketiga penerima waralaba X, yaitu Sintya, Rahayu, dan Lasmaya. Mereka mengatakan bahwa selama ini belum ada sanksi atau teguran yang didapatkan di gerai mereka. Namun, mereka berharap pemilik waralaba akan lebih memperhatikan perihal pendaftaran merek dan STPW. Terlebih lagi merek sebuah usaha itu sangat rentan untuk ditiru orang lain, apalagi usaha waralaba X ini sudah semakin berkembang, maka akan banyak kesempatan untuk pihak lain memakai dan memanfaatkan merek waralaba X tanpa izin apabila merek ini belum didaftarkan. Memiliki STPW juga sangat diharapkan untuk menghindari sanksi yang mungkin akan diberikan kepada mereka.

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, penulis juga mewawancarai Kepala Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM, Adapun akibat hukum bagi penerima waralaba yang dapat terjadi apabila suatu merek waralaba tidak terdaftar adalah: a) Pihak lain dapat meniru, menggunakan, dan mendaftarkan merek waralaba X tersebut sehingga menimbulkan sengketa baru. Terlebih lagi waralaba X tidak pernah mendaftarkan merek usahanya di Direktorat Kekayaan Intelektual. Hal ini tentu saja akan sangat mudah jika ada pihak lain yang sengaja menggunakan merek waralaba X dan mendaftarkannya lebih dulu. Apabila terjadi demikian, maka pemilik waralaba X akan kesulitan menuntut karena tidak ada hak atas merek tersebut. b) Lemahnya perlindungan hukum bagi penerima waralaba, karena jika merek maupun waralaba tidak terdaftar, usaha waralaba berisiko menghadapi sengketa hak cipta atau pelanggaran yang dapat merugikan bisnis waralaba tersebut. c) Perjanjian yang dibuat waralaba akan batal demi hukum. Sebab perjanjian waralaba tanpa STPW dianggap melanggar syarat dari perjanjian yang berkaitan dengan suatu sebab yang halal, dengan tidak adanya STPW maka waralaba tersebut sudah menyalahi peraturan perundang-undangan sehingga dapat dinyatakan batal demi hukum. Batal demi hukum disini berarti perjanjian waralaba dianggap tidak pernah ada. Namun, yang dimaksud batal demi hukum hanya pasal-pasal yang berkaitan dengan pemberian waralaba, selain pasal-pasal tersebut maka tetap dapat dijalankan oleh para pihak dalam perjanjian. Pasal-pasal dalam perjanjian yang tetap bisa dilaksanakan seperti, biaya-biaya, hak dan kewajiban para pihak, penyelesaian sengketa, dan lain-lain.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menemukan bahwa pemberi waralaba telah membuat perjanjian yang diberikan kepada penerima waralaba akan tetapi pihak pemberi waralaba belum memenuhi kewajibannya untuk mendaftarkan merek, prospektus waralaba, dan tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba. Belum

didaftarkan waralaba karena adanya beberapa faktor karena pihak pemberi waralaba beranggapan bahwa prosedurnya rumit dan tentunya memakan biaya yang cukup besar, beranggapan bahwa usahanya masih dalam skala kecil dan belum berkembang, serta kurang paham dengan prosedurnya dalam mendaftarkan waralabanya. Maka yang terjadi kedua belah pihak baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba belum memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba. STPW hanya dapat diperoleh setelah pemberi waralaba mendaftarkan prospektus waralaba. Setelah pemberi waralaba memperoleh STPW, maka pemberi waralaba dapat melakukan perjanjian dengan penerima waralaba. Selanjutnya penerima waralaba dapat mendaftarkan perjanjian waralaba yang akan diikuti dengan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Berdasarkan teori perjanjian, konsep hukum yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang melakukan kesepakatan, yang mencakup elemen-elemen dasar seperti penawaran, penerimaan, dan pertimbangan. Dalam teori ini, sebuah perjanjian dianggap sah jika memenuhi syarat-syarat tertentu, termasuk kesepakatan yang jelas dan kemampuan hukum dari para pihak. Penawaran merupakan tindakan satu pihak yang mengusulkan syarat-syarat perjanjian, sedangkan penerimaan adalah persetujuan pihak lain terhadap tawaran tersebut. Pertimbangan, atau imbalan, adalah nilai yang diberikan oleh masing-masing pihak, yang bisa berupa uang, barang, atau jasa. Teori ini menekankan pentingnya kejelasan dan kesepakatan dalam kontrak, serta memberikan dasar hukum untuk menegakkan hak dan kewajiban yang muncul dari perjanjian tersebut. Teori perjanjian relevan dalam konteks waralaba, di mana hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dibangun melalui sebuah kontrak yang jelas, dalam perjanjian waralaba, pemberi waralaba menawarkan hak kepada penerima waralaba untuk menggunakan merek, sistem bisnis, dan dukungan operasional, sedangkan penerima waralaba setuju untuk membayar royalti dan mematuhi pedoman yang ditetapkan.

Elemen-elemen dasar teori perjanjian-penawaran, penerimaan, dan pertimbangan terjadi secara eksplisit dalam kesepakatan ini. Misalnya, penawaran dari pemberi waralaba mencakup detail tentang hak dan kewajiban, sedangkan penerimaan penerima waralaba terlihat dari tanda tangan pada kontrak. Keberadaan perjanjian yang sah dan terdaftar sangat penting, karena memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak. Jika perjanjian waralaba tidak memenuhi syarat hukum atau tidak terdaftar, perjanjian tersebut dapat dianggap batal demi hukum, yang mengakibatkan hilangnya hak dan kewajiban serta potensi kerugian bagi kedua pihak. Begitu juga dengan waralaba yang tidak memiliki surat tanda pendaftaran, perjanjian antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dapat dianggap tidak sah atau batal demi hukum. Ketiadaan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) ini berimplikasi langsung pada status legal perjanjian waralaba. Tanpa STPW, perjanjian tersebut tidak memenuhi syarat hukum yang ditetapkan oleh undang-undang. Hubungan sebab akibat antara perbuatan dengan kerugian merupakan syarat dari perbuatan melawan hukum. Unsur adanya hubungan kausalitas antara perbuatan dengan kerugian atas pemberi waralaba yang melakukan kesalahan prosedur dalam pemberian waralaba adalah melakukan kesalahan pemberian waralaba yang mengakibatkan perjanjian waralaba batal demi hukum dan penerima waralaba yang telah membayar berbagai biaya mengalami kerugian karena bisnis waralaba tidak dapat berjalan seperti apa yang diharapkan.

3.2 Tanggung Jawab Pemberi Waralaba Terhadap Penerima Waralaba Atas Merek Usaha Waralaba Yang Tidak Terdaftar dan Tidak Memiliki STPW Di Kota Pekanbaru

Pertanggungjawaban hukum seringkali terkait dengan aturan hukum dan norma-norma yang mengatur perilaku dan interaksi di masyarakat. Jika seseorang atau entitas hukum bertindak melanggar hukum atau mengabaikan kewajiban hukumnya, mereka dapat dianggap bertanggung jawab atas tindakan tersebut dan dapat dikenai sanksi atau tuntutan hukum.¹³ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba, bentuk pertanggungjawaban pemberi waralaba atas kerugian penerima waralaba karena tidak terdaftarnya STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) dapat mencakup beberapa aspek sebagai berikut: 1) Sanksi Administratif: Undang-Undang No. 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba memberikan wewenang kepada pihak berwenang untuk memberlakukan sanksi administratif terhadap pemberi waralaba yang tidak melakukan pendaftaran waralaba sesuai ketentuan undang-undang. Sanksi administratif tersebut bisa berupa denda atau sanksi lain yang relevan; 2) Pembatalan Perjanjian Waralaba: Jika terbukti bahwa waralaba yang diberikan tidak memiliki STPW sesuai dengan undang-undang, penerima waralaba berhak untuk menuntut pembatalan perjanjian. Pertanggungjawaban hukum mengacu pada kewajiban seseorang atau entitas hukum untuk menanggung akibat atau konsekuensi hukum dari tindakan atau perbuatan yang dilakukan. Ini berarti bahwa seseorang atau entitas hukum harus bertanggung jawab atas tindakan atau keputusan yang telah diambil, baik itu secara positif (misalnya, pemenuhan kewajiban kontrak, pematuhan hukum, atau tindakan yang sah) maupun negatif (misalnya, pelanggaran hukum, wanprestasi, atau kelalaian).¹⁴

Tanggungjawab hukum atas kerugian materil dan immateril merujuk pada kewajiban hukum seseorang atau entitas hukum untuk menanggung akibat atau konsekuensi atas kerugian yang bersifat materil dan immateril yang dialami oleh pihak lain akibat tindakan atau perbuatan yang melanggar hukum atau kontrak. Perbedaan antara kerugian materil dan immateril terletak pada sifat dan jenis kerugian yang dialami oleh pihak yang dirugikan¹⁵: 1) Kerugian Materil: Merupakan kerugian yang bersifat nyata dan dapat diukur secara finansial. Kerugian materil meliputi kerugian dalam bentuk uang, harta benda, atau nilai ekonomi lainnya. Contohnya termasuk kerugian akibat kehilangan pendapatan, kerusakan properti, biaya medis, atau biaya penggantian barang yang hilang atau rusak; 2) Kerugian Immateril: Merupakan kerugian yang bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara langsung dalam bentuk uang. Kerugian immateril meliputi kerugian dalam bentuk reputasi, kehormatan, harga diri, atau perasaan psikologis lainnya.

Konsep tanggung jawab hukum berkaitan erat dengan konsep hak dan kewajiban. Konsep hak merupakan suatu konsep yang menekankan pada pengertian hak yang berpasangan dengan pengertian kewajiban. Pendapat yang umum mengatakan bahwa hak pada seseorang senantiasa berkorelasi dengan kewajiban pada orang lain. Sebuah konsep yang berkaitan dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggung jawab (pertanggungjawaban)

¹³ Siti Malikhatun Badriyah, *Aspek Hukum Perjanjian Franchise* (Semarang: Tiga Media Pratama, 2019), h. 16.

¹⁴ Yohanes Jordan, "Tanggung Jawab Franchisor Atas Kesalahan Branding Image Ditinjau Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 1, no. 1 (2021): 39–43, <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i1.178>.

¹⁵ *Ibid*, h. 44.

hukum. Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, artinya dia bertanggungjawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku.¹⁶

Berdasarkan wawancara penulis dengan ketiga penerima waralaba X yang bernama Sintya, Rahayu, dan Lasmaya terkait tanggung jawab yang telah diberikan oleh pemberi waralaba X atas waralaba yang tidak memiliki merek terdaftar dan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) adalah ketiganya mengaku bahwa pemberi waralaba X hingga saat ini belum memberikan tanggung jawab apapun kepada mereka. Lasmaya sendiri sudah menyarankan pemilik waralaba X untuk segera mendaftarkan merek usaha waralaba X ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), namun pemberi waralaba X tidak mau mengikuti saran dari Lasmaya. Masalah ini tentu mengakibatkan kerugian bagi pihak penerima waralaba, karena penerima waralaba berpotensi mendapat sanksi dari Dinas Perdagangan di kemudian hari. Selain itu, merek usaha waralaba X juga akan mudah untuk ditiru oleh orang lain sehingga menyebabkan masalah hukum yang lebih rumit. Penulis juga mewawancarai pemberi waralaba X yang bernama Rosi. Rosi sendiri mengaku bahwa ia memang belum melakukan pendaftaran merek usaha waralabanya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dikarenakan beberapa kendala. Pertama, Rosi tidak memahami prosedur pendaftaran merek ke DJKI karena banyak persyaratan yang dibutuhkan serta akan memakan waktu yang cukup lama. Kedua, Rosi mengkhawatirkan biaya yang diperlukan untuk mendaftarkan merek usaha ke DJKI hingga memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) akan memakan biaya yang cukup besar, sehingga Rosi belum memiliki keinginan untuk mendaftarkan mereknya ke DJKI. Dan yang ketiga, Rosi beranggapan bahwa usaha waralabanya akan tetap berjalan walaupun tanpa administrasi yang lengkap.

Dari hasil penelitian diatas, adapun bentuk tanggung jawab yang bisa dilakukan oleh pemilik waralaba kepada seluruh penerima waralaba adalah: 1) Memastikan bahwa merek usaha yang dimiliki tidak mirip dengan merek usaha lain yang sudah ada. Hal ini untuk menghindari sengketa atau penolakan pendaftaran. 2) Segera mendaftarkan merek usahanya, termasuk nama merek, logo, dan deskripsi barang atau jasa yang terkait ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. 3) Memastikan merek usaha didaftarkan di semua kelas barang atau jasa yang relevan untuk perlindungan yang maksimal. Dan 4) Setelah pendaftaran, awasi penggunaan merek di pasar untuk mencegah pelanggaran. Jika ada pelanggaran, segera ambil tindakan hukum. Tanggung jawab pemberi waralaba kepada penerima waralaba karena tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan merek terdaftar dapat dianalisis melalui teori tanggung jawab yang mencakup kelalaian (*negligence*) dan penyalahgunaan hak (*abuse of rights*). Sebagai pemberi waralaba, kewajiban untuk mendaftarkan merek dan sistem waralaba adalah bagian dari tanggung jawab hukum yang harus dipenuhi untuk melindungi hak-hak kedua belah pihak. Jika pemberi waralaba gagal memenuhi kewajiban ini, penerima waralaba dapat menghadapi risiko hukum, seperti tuntutan atas pelanggaran merek atau ancaman sanksi administratif karena menjalankan sistem waralaba yang tidak sah. Kewajiban untuk mempunyai STPW bagi setiap pemberi waralaba adalah sebagai bentuk perlindungan

¹⁶ Yusuf Aulia Rahman, "Perbuatan Melawan Hukum Perjanjian Waralaba Yang Bertentangan Dengan Peraturan Pemerintah Nomer 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba" (UPN Veteran Jawa Timur, 2023), h. 82.

hukum bagi pemberi waralaba ataupun penerima waralaba itu sendiri. Oleh karena itu, pemberi waralaba bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum kepada penerima waralaba, baik melalui pendaftaran yang sah maupun pemberian informasi yang jelas, agar risiko hukum yang ditimbulkan akibat kelalaian ini dapat diminimalkan.¹⁷

Selain tanggung jawab dari pemberi waralaba, upaya yang dapat dilakukan oleh penerima waralaba untuk mendapat perlindungan hukum adalah: 1) Mempelajari pentingnya pendaftaran merek dagang usaha dan prosedur pendaftaran usaha waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) 2) Sebelum sepakat untuk saling bekerja sama dengan pemilik waralaba, diskusikan terlebih dahulu terkait hak-hak dan kewajiban yang diterima dan dipenuhi dengan pemilik waralaba, termasuk hal-hal terkait pendaftaran Kekayaan Intelektual, Prospektus Waralaba, dan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). 3) Apabila pemilik waralaba belum mendaftarkan merek usaha dan belum memiliki STPW, minta pemilik waralaba untuk segera mendaftarkan merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). 4) Melakukan pendaftaran sementara dengan mendaftarkan merek di bawah nama sendiri untuk memberikan perlindungan hukum sementara, meskipun ini tidak menggantikan pendaftaran oleh pemilik waralaba. 5) Mengawasi pasar untuk mendeteksi jika ada peniruan atau pelanggaran merek dan ambil tindakan hukum jika diperlukan. Dengan melakukan upaya-upaya tersebut, penerima waralaba dapat membantu memastikan bahwa merek usaha mendapatkan perlindungan hukum yang lebih baik, bahkan jika pendaftaran resmi belum dilakukan.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan proses pengajuan STPW yang terbilang cukup rumit dan mendetail bertujuan agar waralaba yang didaftarkan dan kemudian mendapatkan STPW benar-benar telah sesuai dengan syarat-syarat sebuah usaha waralaba. Maka ketika perjanjian waralaba tidak didahului dengan STPW maka akan disangsikan kesesuaiannya dengan yang dipersyaratkan Undang-Undang. Ketika perjanjian waralaba tidak didahului dengan penerbitan STPW, akan muncul keraguan mengenai kesesuaian perjanjian tersebut dengan ketentuan yang diatur oleh Undang-Undang. Tanpa adanya STPW, pemilik waralaba dan mitra usaha berisiko menghadapi masalah hukum di masa depan, yang dapat mengganggu operasional bisnis mereka. Oleh karena itu, pengajuan STPW bukan hanya sekadar formalitas, melainkan langkah penting untuk melindungi semua pihak yang terlibat, serta memastikan bahwa usaha waralaba berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan memberikan perlindungan hukum yang memadai.

4. KESIMPULAN

Akibat hukum bagi waralaba dengan merek yang tidak terdaftar dan tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) di Kota Pekanbaru mengakibatkan perjanjian akan batal demi hukum sehingga klausul perjanjian terkait waralaba tidak dapat dilaksanakan serta akan meningkatkan risiko pelanggaran oleh pihak ketiga dan mengakibatkan hilangnya hak penggunaan merek. Selain itu, pemilik waralaba dapat menerima sanksi administratif dari dinas perdagangan, termasuk denda dan bahkan penghentian operasional jika tidak

¹⁷ Tika Ayu Listia Ningrum, "Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Terhadap Pewaralaba (Franchisor) Yang Tidak Memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW)" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021), h. 10.

memenuhi ketentuan hukum yang berlaku. Ketiadaan STPW juga menghambat peluang ekspansi dan pengembangan jaringan, karena banyak calon mitra dan konsumen yang mempertimbangkan legalitas saat memilih untuk berbisnis. Sebagai pemberi waralaba, memiliki tanggung jawab hukum yang signifikan terhadap penerima waralaba terkait dengan kewajiban mendaftarkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan merek terdaftar. Dalam hal ini, pemberi waralaba dapat dianggap bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan, baik berupa kerugian finansial, reputasi, maupun kepercayaan yang hilang dari penerima waralaba. Oleh karena itu, penting bagi pemberi waralaba untuk memastikan bahwa semua aspek legal terkait dengan merek dan sistem waralaba telah dipenuhi secara sah dan benar, untuk melindungi baik diri mereka sendiri maupun penerima waralaba dari risiko hukum yang tidak perlu.

REFERENSI

Jurnal

- Dwiyoga, I Made Parta Wedhana, and Putri Triari Dwijayanthi. "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba C'bezt Denpasar)." *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 9 (2022): 2147-2157.
- Effendi, Arif. "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Pada Usaha Waralaba Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian)." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 2 (2021): 533-48. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/713>.
- Hanim, Lathifah. "Perlindungan Hukum HKI Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia." *Jurnal Hukum Unissula XXVI*, no. 2 (2011): 571-89.
- Hariss, Abdul, Nur Fauzia, and Puti Indah Ramaya. "Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM Dalam Pendaftaran Merek Dagang Di Kemenkumham Kota Jambi." *Wajah Hukum* 7, no. 1 (2023): 155-65. <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i1.1194>.
- Jordan, Yohanes. "Tanggung Jawab Franchisor Atas Kesalahan Branding Image Ditinjau Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 1, no. 1 (2021): 39-43. <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i1.178>.
- Yuswanto, Slamet. "Efektivitas Ketentuan Hki Terdaftar Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba." *Jurnal Legislasi Indonesia* 15, no. 3 (2018): 129-43. <https://e-jurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/233>.

Buku

- Badriyah, Siti Malikhatun. *Aspek Hukum Perjanjian Franchise*. Semarang: Tiga Media Pratama, 2019.
- Slamet, Franky. *Pengantar Manajemen Waralaba*. Jakarta: Indeks, 2016.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI- Press, 2010.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.

Tunggal, Hadi Setia. *Dasar-Dasar Pewaralabaan*. Jakarta: Harvarindo, 2006.

— — —. *Merek Nafas Waralaba*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Online/World Wide Web, Disertasi/Tesis/Skripsi, Dan Lain-Lain

Labetubun, Muchtar A H. "The Legal Review of The Rights of Foreign Brands Onweaknesses of First To Fole Registration Principles In Indonesia." In *International Conference : Intellectual Property and Potential Resources for Public Welfare*, 213–27. Mataram: Faculty of Law, University of Mataram in Cooperation with Association of Intellectual Property Lecturer of Indonesia, 2017.

Ningrum, Tika Ayu Listia. "Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Terhadap Pewaralaba (Franchisor) Yang Tidak Memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW)." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.

Rahman, Yusuf Aulia. "Perbuatan Melawan Hukum Perjanjian Waralaba Yang Bertentangan Dengan Peraturan Pemerintah Nomer 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba." UPN Veteran Jawa Timur, 2023.