

# **KAJIAN HUKUM ATAS PELAKSANAAN KONTRAK FRANCHISE (WARALABA) ALFAMARK DALAM KEGIATAN PASAR RITEL DI INDONESIA**

**Aderlina Marpaung**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pelaksanaan perjanjian atau kontrak dagang dalam bentuk franchise dan mengetahui dampak yang ditimbulkan atas keberadaan pasar ritel modern dan persaingan yang terjadi antara sesama pasar ritel modern dan dengan pasar tradisional. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori keadilan dalam konteks modern memandang bahwa keadilan dapat dilihat dalam dua prinsip yaitu prinsip persamaan (*principle of equal liberty*) dan prinsip perbedaan (*difference principle*). Keadilan adalah ketidakberpihakan kepada salah satu individu atau kelompok masyarakat dalam menghasilkan barang-barang yang akan dikonsumsi oleh setiap individu dalam masyarakat. Konsep keadilan ini didasarkan pada prinsip bahwa manusia memiliki kesederajatan dan merdeka.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum yuridis normative, yang umumnya berbentuk dokumen kepustakaan.

Hasil penelitian ini dirumuskan Dalam franchising memang mencakup lisensi merek, hak cipta dan hak paten. Kontrak franchise dapat dilindungi oleh Undang- Undang Hak Milik Intelektual Indonesia, terutama bagi franchisor yang telah mendaftarkan merek, hak cipta dan hak paten miliknya yang digunakan dalam usaha franchise. Hanya saja, karena kontrak franchise ini berisikan banyak lisensi didalamnya, maka bisnis franchise perlu diatur secara khusus. Merupakan suatu tantangan untuk berusaha memberdayakan aspek-aspek hukum perjanjian dan hukum milik intelektual indonesia demi mengantisipasi perkembangan bisnis franchise yang cenderung mengarah kepada sifat monopoli penguasaan pasar. Di pihak lain, tampaknya sifat monopoli penguasaan pasar pada franchise tersebut merupakan peluang yang dibuka oleh ketentuan Pasal 1338 ayat (1)KUH Perdata yang menganut asas kebebasan berkontrak. Kontrak franchise pada dasarnya merupakan pemberian suatu lisensi, hanya saja lisensi yang ada didalamnya bersifat kompleks. Artinya, tidak saja lisensi merek, tetapi juga menyangkut lisensi terhadap sistem manajemen, sistem pemasaran, trade secret dan know-how yang semuanya tidak dapat dipisah-pisahkan, jadi yang dilisensikan itu merupakan suatu rangkaian paket bisnis.

Kata Kunci : kontrak franchise/waralaba

# **STUDY ON THE LAW OF FRANCHISE CONTRACT (FRANCHISE) ALFAMART IN RETAIL MARKET ACTIVITY IN INDONESIA**

**Aderlina Marpaung**

## **Abstract**

This research was conducted to find out about the implementation of agreements or contracts trade in the form of franchise and determine the impact on the presence of modern retail market, and competition among the modern retail market and the traditional market. The theory used in this research is the theory of justice in the context of modern view that justice can be seen in two principles, namely the principle of equality (principle of equal liberty) and the principle of distinction (difference principle). Justice is impartiality to any one individual or group of people to produce goods that will be consumed by each individual in society. The concept of justice is based on the principle that human beings have equal dignity and independence.

The method used is the juridical normative legal research, which is generally shaped document library. Results of this study was formulated in franchising include brand licensing, copyrights and patents. Franchise contract can be protected by Intellectual Property Law Indonesia, especially for the franchisor who has registered trademarks, copyrights and patents hers used in the business franchise. However, because the franchise contract contains a lot of license in it, then the business franchise needs to be specifically regulated. It is a challenge to try to empower the legal aspects of intellectual property law treaties and Indonesia in order to anticipate the development of franchise business that tends to lead to the nature of the monopolistic control of the market. On the other hand, it seems the nature of monopolistic control of the market on a franchise is an opportunity that was opened by the provisions of Article 1338 paragraph (1) of the Civil Code which adheres to the principle of freedom of contract. The franchise contract is basically granting a license, but the license contained therein are complex. That is, not just license the brand, but also regarding licensing systems of management, marketing systems, trade secret and know-how, all of which can not be separated, so that licensed it is a series of business packages.

Keywords: franchise contract / franchise