

Perjanjian waralaba antara PT. X dengan PT. Y : Suatu tinjauan yuridis

Alfani Gunawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20322747&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era persaingan perdagangan global diperlukan adanya suatu sistem pemasaran yang efektif dan efisien salah satunya adalah waralaba. Apabila di bandingkan dengan sistem pemasaran yang sudah ada sebelumnya, bisnis waralaba memiliki beberapa keuntungan, salah satunya adalah penerima waralaba dapat langsung menggunakan popularitas produk dari pemberi waralaba. Bentuk perjanjian waralaba biasanya menggunakan bentuk perjanjian baku, yang kemudian menimbulkan permasalahan apakah bentuk perjanjian waralaba ini telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan bagaimana kedudukan para pihak dalam perjanjian waralaba ini. Berdasarkan peraturan perundang-undangan maka perjanjian ini bisa disebut sebagai perjanjian waralaba karena memenuhi unsur-unsur sebagai waralaba yaitu adanya penggunaan hak kekayaan intelektual atau ciri khas dengan suatu imbalan dalam rangka penjualan barang atau jasa. Kedudukan para pihak dalam perjanjian waralaba ini adalah tidak seimbang karena perjanjian dibuat sepihak oleh pemberi waralaba yang merupakan kontrak baku. Ketika keseimbangan ini dikarenakan karena pemberi waralaba ingin melindungi kepentingannya sebagai pemilik merek dagang. Masalah lain yang mungkin timbul dari perjanjian waralaba ini adalah masalah penyelesaian sengketa antara para pihak, pembagian wilayah pemasaran dan jangka waktu waralaba. Menurut penulis dalam menyelesaikan sengketa sebaiknya menggunakan cara arbitrase. Pembagian wilayah juga harus disebutkan secara tegas agar tidak terjadi kesalahpahaman antara cabang-cabang waralaba mengenai wilayah pemasaran. Mengenai jangka waktu perjanjian waralaba antara PT X. dengan PT Y. adalah 5 tahun, tetapi dapat ditinjau ulang menjadi 10 tahun berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12 Tahun 2006.