

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perjanjian waralaba wajib tunduk pada ketentuan-ketentuan hukum perikatan dan kebendaan. Salah satu asas yang penting dalam hukum perikatan adalah Asas Proporsional. Asas Proporsional merupakan asas yang melandasi pertukaran hak dan kewajiban para pihak sesuai proporsi atau bagiannya. Proporsionalitas pembagian hak dan kewajiban ini diwujudkan dalam proporsi pembagian hak dan kewajiban di antara *franchisor* dan *franchisee* yang berlangsung secara layak dan patut, yaitu semakin banyak kewajiban yang ia tunaikan, maka semakin besar pula hak yang ia terima. Jadi, meskipun hak *franchisor* terkesan lebih banyak dibandingkan *franchisee*, namun hal tersebut sebanding dengan pengorbanan yang telah dilakukan oleh *franchisor* sejak awal dibandingkan dengan *franchisee* yang hanya tinggal menikmati laba dari sistem waralaba dan kepopuleran yang telah dirintis oleh *franchisor*, sehingga layaklah apabila *franchisor* mendapatkan hak lebih berupa royalti, *franchise fee*, *initial assistance fee*, dan biaya promosi yang menjadi kewajiban *franchisee* untuk membayarnya.

Pemilik merek kolektif tentu tidak terlepas dari hak dan kewajiban yang diembannya. Adapun kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan dan mengurus permohonan pendaftaran Merek sebagai Merek Kolektif kepada Menteri Hukum dan HAM (Pasal 47 juncto

pasal 1 butir (20) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis), namun dalam praktek pengurusan pendaftaran merek dilakukan melalui Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

2. Menjaga sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan dalam merek kolektif.
3. Melakukan pengawasan terhadap penggunaan merek kolektif.
4. Mematuhi persyaratan dan persetujuan yang secara tegas dinyatakan dalam peraturan penggunaan merek kolektif.

Adapun hak para pemilik kolektif adalah:

1. Menggunakan merek tersebut secara bersama-sama dengan tetap mempertahankan kualitas dan mentaati peraturan penggunaan merek kolektif.
2. Mengalihkan pemilikan merek kolektif kepada penerima yang dapat melakukan pengawasan efektif sesuai dengan peraturan penggunaan merek tanpa melalui cara lisensi.

Penggunaan Merek Kolektif sebagai solusi bagi tantangan-tantangan yang dihadapi UMKM telah sukses dibuktikan oleh Kopi Arabika Gayo asal Aceh. Berdasarkan sejarahnya, Kopi Arabika Gayo telah membuktikan bahwa perlindungan Hak Kekayaan Intelektual menjadi sangat penting bagi perkembangan produk UMKM. Melalui merek kolektif, Kopi Arabika Gayo berhasil menembus pasar internasional dan meraih kesuksesan di Uni Eropa.

Namun, popularitas Kopi Arabika Gayo di tanah air sendiri belum menyamai popularitasnya di kancah internasional. Masyarakat Indonesia lebih menggemari produk kedai kopi milik waralaba asing. Dengan mempelajari sistem waralaba yang digunakan oleh kedai kopi waralaba asing tersebut, diharapkan Kopi Arabika Gayo dapat meraih popularitasnya di tengah masyarakat Indonesia sekaligus lebih memajukan lagi UMKM pemegang merek kolektif Kopi Arabika Gayo.

B. Saran

Mengetahui pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual bagi setiap produk hasil pemikiran manusia, maka hendaknya setiap produk tersebut didaftarkan perindungannya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Keterbatasan modal yang ada hendaknya tidak menjadi penghalang untuk melakukan pendaftaran tersebut, sebab pemerintah telah memberikan solusi melalui kepemilikan hak-hak tersebut secara kolektif seperti melalui Indikasi Geografis maupun Merek Kolektif. Oleh sebab itu, alangkah baiknya masyarakat terutama pelaku usaha untuk mulai memiliki kesadaran akan pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan mendaftarkan hak-hak tersebut sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.