

JURNAL HUKUM & PEMBANGUNAN

[HOME](#)

[ABOUT](#)

[LOGIN](#)

[REGISTER](#)

[ARCHIVES](#)

[EDITORIAL TEAM](#)

[REVIEWERS](#)

Home > Archives > Vol 40, No 4 (2010)

VOL 40, NO 4 (2010)

DOI: <http://dx.doi.org/10.21143/jhp.vol40.n4>



TABLE OF CONTENTS

PEREMPUAN DAN HAK ASASI MANUSIA DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Uswatun Hasanah

PDF (BAHASA
INDONESIA)
440-469

**Reference Management
Tools:**

**PERTANGGUNGJAWABAN INDONESIA TERHADAP PENCEMARAN KABUT
ASAP DI KAWASAN ASEAN (PENDEKATAN ECONOMIC ANALYSIS OF LAW)**

Deni Bram

PDF (BAHASA
INDONESIA)
470-487



**IMPLIKASI PEMBatasan YURIDIS PEMBUBARAN PARTAI POLITIK
TERHADAP PRINSIP DEMOKRASI**

Josef Mario Monteiro

PDF (BAHASA
INDONESIA)
488-504



**JENIS-JENIS PUTUSAN HAKIM DALAM PERKARA PIDANA (SUATU CATATAN
TENTANG PEMBARUAN KUHAP)**

Hamdan Hamdan

PDF (BAHASA
INDONESIA)
505-515



**NICOLLO MACHIAVELLI: SANG BELIS POLITIK? Suatu Refleksi Dan Kritik
Filosofis Terhadap Gagasan Politik Machiavelli Dalam Il Principe**

Fernando Manullang

PDF (BAHASA
INDONESIA)
516-536

ISSN:
0125-9687 (*Print*)
2503-1465 (*Online*)

**KETERKAITAN PERJANJIAN LISENSI MERK DENGAN PERJANJIAN
WARALABA DAN DISTRIBUSI**

PDF (BAHASA
INDONESIA)
537-557

Agung Sujatmiko

ISSN: 2503-1465

Visitor:

01573452

Visitor Statistics

[Submission Guideline](#)
Petunjuk Penulisan

[Journal Policy](#)
Kebijakan Jurnal

[Publication Ethics](#)
Etika Penerbitan

[Focus & Scope](#)
Fokus dan Lingkup

USER

Username

Password

Remember me

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

All

Browse

[By Issue](#)

[By Author](#)

[By Title](#)

LANGUAGE

Select Language

English ▼

Submit

KETERKAITAN PERJANJIAN LISENSI MERK DENGAN PERJANJIAN WARALABA DAN DISTRIBUSI

Agung Sujatmiko¹

Abstrak

The exclusive rights of trademark, consisting of the right to use and to license to other people to use the trademark, must be protected. The licensing of trademark is one way to protect the rights. The trademark licensing exists as the result of an contractual agreement between a licensor and a licensee. The agreement consists of, for instance, the duration; the rights and obligation of the parties; and dispute resolution. The agreement must be registered to the trademarks office as well as the trademark. The agreement is based on contract law which parties can establish their right and obligation. The party must obey the contract regarding with the duration, payment of royalty, termination of contract and so on. The utility of agreement is not only to give benefit to the owner of the marks as licensor, but also to the licensee and state. The license agreement is related to a franchising and distributionship agreement. All of the agreement give an exclusive right.

Kata kunci: hak merk, lisensi, waralaba, distribusi

I. Pendahuluan

Salah satu isu penting yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan dewasa ini adalah isu mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI). HKI lahir dari olah pikir manusia sebagai upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup bermasyarakat. Keberadaan karya-karya intelektual sebagai wujud HKI sangat dibutuhkan manusia. Di bidang perdagangan misalnya, suatu barang dan atau jasa supaya dapat dijual dengan baik dan lancar harus menggunakan merk. Fungsi merk dalam dunia perdagangan demikian vital dan penting, ia tidak saja menjadi pembeda antara barang dan atau jasa sejenis, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar konsumen. Suatu merk yang telah menjadi merk

¹ Penulis adalah Dosen Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya. Alamat kontak: agung_sujatmiko@yahoo.com

terkenal juga berfungsi sebagai *goodwill* dan *asset* perusahaan yang tidak ternilai harganya.

Berbagai merk terkenal lainnya banyak dilisensikan di berbagai negara. Lisensi tersebut telah memberikan dampak positif yang baik bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sebagai contoh, di Amerika Serikat, penjualan barang-barang yang dilisensikan sekitar US \$ 50 (lima puluh) miliar setahun. Produk barang yang dilisensikan mencapai lebih dari 1500 jenis tiap tahunnya, yang meliputi antara lain merk *Nike*, *Coca Cola*, dan merk-merk terkenal lainnya.² Secara langsung lisensi yang dilakukan di banyak negara akan memberikan dampak pertumbuhan ekonomi yang baik bagi suatu negara. Negara akan memperoleh penghasilan dari pajak yang dibayar oleh perusahaan penerima lisensi dan pajak penghasilan yang dibayar oleh tenaga kerja yang bekerja. Pada persepektif lain, lisensi akan mengurangi pengangguran dan memberikan lapangan kerja baru (*create new job*). Lisensi juga meningkatkan keahlian dan ketrampilan tenaga kerja yang memiliki peranan penting bagi kemajuan suatu negara. Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang bisa merubah dan menumbuhkan perekonomian suatu negara, yang ditunjang pula dengan sumber daya alam yang cukup. Peningkatan kualitas sumber daya manusia tersebut dapat dicapai melalui perjanjian lisensi, karena dalam lisensi akan terjadi alih teknologi. Di bidang merk, lisensi yang berlangsung lama akan memberikan pelajaran dan keahlian bagi penerima lisensi untuk mengadopsi dan mengembangkan produk usaha yang mapan, khususnya jika yang dilisensikan tersebut merupakan merk terkenal. Pasal 7 persetujuan *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* (TRIPs) dengan tegas menyatakan bahwa sistem HKI dimaksudkan untuk “*contribute to the promotion of technology, to the mutual advantage of producers and users of technological knowledge and a manner conducive to social and economic welfare, and to a balance of rights and obligations*”. Jadi di samping amanat alih teknologi, terdapat pula pesan pembangunan itu juga berdimensi sosial.³ Dimensi ekonomi dan sosial dalam konteks ini adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan memberikan aspek sosial yang besar bagi masyarakat berupa kesempatan bekerja yang layak. Bagi Indonesia, hal itu sangat penting, mengingat angka pengangguran yang masih

² *The Apparent Anufacturer Doctrine, Trademark Licensors And The Third Restatement Of Torts, Case Western Reserve Law Review, Summer99, Vol. 49, Issue 4, hal 1.*

³ Ahmad Zen Umar Purba, *Hak atas Kekayaan Intelektual*, Makalah pada Seminar Kontrak-kontrak Komersil di Indonesia, diselenggarakan oleh Sigma Conference, Jakarta, 21 November 2000, hal.1.

tinggi dan angka pertumbuhan ekonomi yang belum besar jika dibandingkan dengan negara lain. Peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi tersebut terbuka lebar dari perjanjian lisensi. Hal itu juga yang diprediksikan oleh Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam yang akan memproduksi Rokok *Davidoff* melalui lisensi. Diperkirakan lisensi tersebut angka menampung tenaga kerja sekitar 200 orang ditambah ribuan petani tembakau yang akan memasok bahan baku dan memberikan kontribusi penerimaan negara melalui cukai sebesar US\$ 4 miliar.⁴

Perjanjian lisensi merk yang paling banyak dilakukan adalah terhadap merk terkenal, hal ini karena merk terkenal memiliki beberapa kelebihan. Suatu merk yang menjadi merk terkenal menjadi andalan pengusaha dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat. Fakta itu menyebabkan merk-merk terkenal menjadi incaran pemalsuan dan penyalahgunaan bagi pihak-pihak yang beritikad buruk. Sebagai salah satu kontrak bisnis, perjanjian lisensi merk didalamnya terkandung beberapa prinsip hukum kontrak yang menjadi pijakan bagi para pihak untuk membuat dan melaksanakannya. Prinsip-prinsip hukum kontrak tersebut terdapat dalam BW. Prinsip-prinsip hukum kontrak tersebut merupakan dasar yang harus dipatuhi oleh para pihak, agar perjanjian lisensi yang dibuat tidak merugikan salah satu pihak dan dapat dilaksanakan secara adil.

Perjanjian lisensi terkait erat dengan perjanjian waralaba dan distribusi. Kedua perjanjian tersebut memiliki peran yang signifikan dalam pelaksanaan perjanjian lisensi merk. Oleh karena itu, tulisan ini akan membahas keterkaitan antara perjanjian lisensi merk, waralaba dan distribusi.

II. Perjanjian Lisensi Merk

Lisensi merupakan salah satu strategi untuk mengeksploitasi HKI.⁵ Hak merk sebagai bagian dari HKI juga bisa dieksploitasi oleh pemiliknya melalui perjanjian lisensi. Eksploitasi hak merk tersebut merupakan perwujudan dari hak ekonomi yang terdapat didalamnya. Melalui lisensi, pemilik hak merk memperoleh keuntungan yang besar. Disamping lisensi, menurut Robert C. Megantz pemilik hak merk juga dapat memperoleh keuntungan dengan menjual hak merknya.⁶ Namun ada perbedaan diantara

⁴ Hukum Online, 11 Oktober 2009.

⁵ Robert C. Megantz, "*How to License Technology*", (John Wiley & Sons, Inc, 1996), hal. 1.

keduanya, yakni kalau melalui lisensi pemilik hak merk masih bisa menggunakan hak merknya untuk memproduksi barang atau jasa, sedangkan kalau menjualnya, ia tidak dapat lagi menggunakan hak merknya. Hak merknya telah berpindah pada pembeli. Hal itu sesuai dengan pengertian lisensi merk sebagaimana terdapat dalam Pasal 1 angka 13 UU No. 15/2001 tentang Merk (UUM):

Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merk terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan Merk tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.

Pengertian tersebut memberikan penjelasan bahwa lisensi merk sifatnya bukan mengalihkan hak merk, melainkan hanya bersifat memberikan hak saja. Lisensi merk merupakan bagian dari hak eksklusif merk, yakni hak untuk menggunakan merk yang bersangkutan untuk memproduksi barang dan atau jasa dan hak untuk memberi ijin pada pihak lain untuk menggunakan merk yang bersangkutan. Pemberian ijin itu dalam bentuk lisensi. Pengertian lisensi dalam *Black's Law Dictionary* sebagai berikut:⁷

A personal privelege to do some particular act or series of acts on land without possessing any estate or interest therein, and is ordinarily revocable at the will of the licensor and is not assignable. The permission by competent authority to do an act which, without such permission would be illegal, a trespass, a tort, or otherwise not allowable. Certificate or the document itself which gives permission. Leave to do thing which licensor could prevent. Permission to do a particular thing, to exercise a certain privelege or to carry on a particular business or to pursue a certain occupation.

Menurut Gunawan Widjaya lisensi adalah suatu bentuk hak untuk melakukan satu atau serangkaian tindakan atau perbuatan, yang diberikan oleh merka yang berwenang dalam bentuk izin. Tanpa adanya izin tersebut, maka tindakan atau perbuatan tersebut merupakan tindakan yang terlarang,

⁶ *Ibid.*

⁷ Henry Campbell Black, MA, "*Black Law Dictionary*", (St. Paul Mini: West Publishing Co, 1991), hal. 634.

yang tidak sah, dan merupakan perbuatan melawan hukum.⁸ Lebih lanjut menurut Gunawan Widajaya melalui lisensi pengusaha memberikan izin kepada suatu pihak untuk membuat produk tersebut yang akan dijual. Izin untuk membuat produk tersebut bukan diberikan cuma-cuma. Sebagai imbalan dari pembuatan produk dan atau biasanya juga meliputi hak untuk menjual produk yang dihasilkan tersebut, pengusaha yang memberi izin memperoleh pembayaran yang disebut dengan royalty.⁹ Besarnya royalty ini selalu dikaitkan dengan banyaknya atau besarnya jumlah produk yang dihasilkan dan atau dijual dalam suatu kurun waktu tertentu.

Betsy Ann Toffler dan Jane Imber memberikan definisi lisensi sebagai berikut:

Contractual agreement between two business entities in which licensor permits the licensee to use a brand name, patent or other proprietary right, in exchange for a fee or royalty.

Licensing enables the licensor to profit from the skills, expansion capital, or other capacity of the licensee.

Licensing is often used by manufactures to enter foreign markets in which they have no expertise.

The licensee benefits from the name recognition and creativity of the licensor.¹⁰

Menurut John Shijian Mo lisensi adalah:

A contractual arrangement pursuant to which a party, commonly known as licensor, grants unto another party, the licensee, the right to use the licensor's patents, know-how and/or trademarks in connection with the manufacturing and/or distribution of certain product".¹¹

⁸ Gunawan Widjaya, "Lisensi", (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001), hal. 3.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*, hal. 9.

Berdasarkan pengertian itu, dapat disimpulkan bahwa dalam perjanjian lisensi melibatkan adanya perjanjian (kontrak tertulis) dari pemberi lisensi dan penerima lisensi. Perjanjian ini sekaligus merupakan bukti pemberian izin dari pemberi lisensi kepada penerima lisensi untuk menggunakan nama dagang, paten atau hak milik lainnya (Hak Kekayaan Intelektual).¹² Perjanjian lisensi tersebut dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam *Burgerlijk Wetboek* (BW).

Pelaksanaan perjanjian lisensi mensyaratkan baik pemberi lisensi maupun penerima lisensi harus melaksanakan prestasinya secara seimbang. Jika perjanjian lisensi merk dibuat dengan tujuan penyalahgunaan hak eksklusif hak merk, perjanjian itu dapat dibatalkan berdasarkan prinsip umum hukum perjanjian.¹³ Penyalahgunaan hak tersebut pada umumnya dikaitkan dengan tidak dipenuhinya salah satu syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 BW. Pasal tersebut mengatur mengenai syarat sahnya perjanjian yang meliputi:

1. Kesepakatan untuk mengikatkan diri;
2. Kecakapan untuk membuat perjanjian;
3. Objek tertentu;
4. Kausa sebagai tujuan yang diperbolehkan oleh hukum.

Syarat yang dilanggar berkenaan dengan penyalahgunaan keadaan adalah syarat kesepakatan karena dianggap tidak adanya pernyataan kehendak yang bebas ketika memberikan kesepakatan. Untuk itu, menurut Rahmi Jened pihak yang dirugikan dapat mengajukan pembatalan bilamana ia tidak dapat menghendaki perjanjian tersebut dan yang bersangkutan harus membuktikan:¹⁴

1. Pihak lain telah menyalahgunakan kesempatan yang dapat berupa kesempatan karena keunggulan ekonomi ataupun keunggulan kejiwaan, dan
2. Ia mengalami kerugian.

¹¹ John Shijian Mo, "International Commercial Law", (Australia: LexisNexis Butterworths, 2003), hal. 193.

¹² Gunawan Widjaya, *Op. Cit.*, hal. 9.

¹³ Rahmi Jened., "Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif", (Surabaya: Airlangga University Press, 2007)., hal. 236.

¹⁴ *Ibid.*

Kedua syarat tersebut bersifat kumulatif dan merupakan hubungan kausal satu sama lain. Pada situasi seperti itu, syarat yang utama adalah penggugat harus dirugikan akibat penyalahgunaan keadaan tersebut.¹⁵

III. Manfaat Perjanjian Lisensi Merk

Yohanes Sogar Simamora mengatakan dalam kehidupan bermasyarakat, kontrak merupakan bagian yang melekat dari transaksi bisnis baik dalam skala besar maupun kecil, baik domestik maupun internasional.¹⁶ Mengacu pada pendapat tersebut, maka kontrak lisensi merk merupakan salah satu sarana bagi masyarakat untuk melaksanakan bisnis. Sebagai aktivitas bisnis, lisensi merk harus diberikan dasar hukum yang jelas dan pasti. Dasar hukum itu berupa kontrak. Menurut Yohanes Sogar Simamora fungsi kontrak sangat penting dalam menjamin bahwa seluruh harapan yang dibentuk dari janji-janji para pihak dapat terlaksana dan dipenuhi. Jika terjadi pelanggaran, maka terdapat kompensasi yang harus dibayar. Kontrak dengan demikian merupakan sarana untuk memastikan bahwa apa yang hendak dicapai oleh para pihak dapat diwujudkan.¹⁷

Pendapat Simamora tersebut merujuk bahwa kontrak itu memuat beberapa klausula yang hendak dicapai oleh para pihak yang membuatnya. Disamping itu, kontrak juga memuat janji, dan janji tersebut menurut Simamora melahirkan kewajiban. Pada sisi lain, bagi lawan pihak janji tersebut melahirkan hak. Hak dan kewajiban tersebut dalam hukum kontrak tidak lain merupakan wujud pertukaran ekonomi (*economic exchange*) sebagaimana diutarakan oleh Atiyah.¹⁸

Sementara menurut Beatson, dalam kontrak terdapat dua fungsi penting, yakni: untuk menjamin terciptanya harapan atas janji yang telah dipertukarkan, dan kedua, mempunyai fungsi konstitutif untuk memfasilitasi transaksi yang direncanakan dan memberikan aturan bagi kelanjutannya ke

¹⁵ *Ibid.*, hal. 237.

¹⁶ Yohanes Sogar Simamora, Pidato dalam Pengukukuhan Guru Besar Fakultas Hukum Unair, *Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Dalam Kontrak*, 8 Nopember 2008, hal. 9.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ P.S. Atiyah, "*An Introduction to the law Of Contract*", (New York: Oxford University Press, 1996), hal. 3.

depan.¹⁹ Dalam kaitannya dengan fungsi kontrak sebagai perencanaan transaksi, Beatson memberikan perhatian pada empat hal, yakni²⁰:

- a. Kontrak pada umumnya menetapkan nilai pertukaran (*the value of exchange*);
- b. Dalam kontrak terdapat kewajiban timbal balik dan standar pelaksanaan kewajiban;
- c. Kontrak membutuhkan alokasi pengaturan tentang risiko ekonomi (*economic risks*) bagi para pihak; dan
- d. Kontrak dapat mengatur kemungkinan kegagalan dan konsekuensi hukumnya.

Sebagai suatu kontrak yang dibuat antara pemberi lisensi dan penerima lisensi, maka lisensi memiliki fungsi yang sangat penting penting bagi ke dua belah pihak. Fungsi itu memberikan manfaat ekonomi yang besar. Bagi pemberi lisensi, ia akan memperoleh royalty yang harus dibayar oleh penerima lisensi, sementara bagi penerima lisensi ia akan memperoleh keuntungan dari reputasi merk yang dilisensikan kepadanya, yang antara lain berupa pasar konsumen yang sudah pasti, sehingga ia akan

dengan mudah untuk bersaing di pasar. Dari aspek ini, akan meningkat pula pada keuntungan aspek ekonomi yakni ia akan memperoleh keuntungan yang besar, karena dapat memproduksi dan memasarkan barang dalam jumlah yang banyak. Beberapa hal diatas, akan menjadi pertimbangan dalam pembuatan dan pelaksanaan perjanjian lisensi.

Selain pertimbangan di atas, ada banyak pertimbangan lain yang dipakai untuk pembuatan perjanjian lisensi. Pertimbangan itu adalah ²¹:

1. Lisensi menambah sumber daya pengusaha pemberi lisensi secara tidak langsung. Meskipun penerima lisensi merupakan suatu identitas (badan hukum) tersendiri yang berbeda dari identitas pemberi lisensi, namun kinerja penerima lisensi merupakan pula kinerja pemberi lisensi. Dengan mengoptimalkan pengembangan usahanya;
2. Lisensi memungkinkan perluasan wilayah usaha secara tidak terbatas;
3. Lisensi memperluas pasar dari produk hingga dapat menjangkau pasar yang semula berada diluar pangsa pasar pemberi lisensi;

¹⁹ Dikutip dari Yohanes Sogar Simamora, *Op. Cit.*, hal. 10.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Gunawan Widjaya, *Op. Cit.*, hal. 15.

4. Lisensi mempercepat proses pengembangan usaha bagi industri-industri padat modal dengan menyerahkan sebagian proses produksi melalui teknologi yang dilisensikan.
5. Melalui lisensi, penyebaran produk juga menjadi lebih mudah dan terfokus pada pasar. Berdasarkan pada karakteristiknya, ada produk-produk tertentu yang akan lebih mudah dipasarkan jika dijual dalam bentuk paket dengan produk lainnya, baik karena sifatnya yang komplementer, suplementer atau pelengkap terhadap suatu produk yang sudah dikenal masyarakat.
6. Melalui lisensi sesungguhnya pemberi lisensi dapat mengurangi tingkat kompetisi hingga pada suatu batas tertentu.
7. Melalui lisensi, pihak pemberi lisensi maupun penerima lisensi dapat melakukan *trade off* (atau barter) teknologi. Ini berarti para pihak mempunyai kesempatan untuk mengurangi biaya yang diperlukan untuk memperoleh suatu teknologi yang diperlukan. Hal inipun sesungguhnya sangat rentan terhadap ketentuan persaingan usaha dan larangan praktek monopoli. Hal ini juga melibatkan mekanisme lisensi paksa.
8. Lisensi memberikan keuntungan dalam bentuk nama besar dan goodwill dari pemberi lisensi. Dalam hal demikian pihak penerima lisensi tidak memerlukan biaya yang besar untuk melakukan promosi atas kegiatan usaha yang dilakukan. Penerima lisensi dapat mengurangi biaya advertensi dan promosi dengan menumpang pada nama besar dan *goodwill* pemberi lisensi.
9. Pemberian lisensi memungkinkan pemberi lisensi untuk sampai pada batas tertentu melakukan kontrol atas pengelolaan kegiatan usaha yang dilisensikan tanpa harus melakukan biaya yang besar.

Sementara menurut *James Barnes* dan *Terry Morehead Dworkin*²² keuntungan yang bisa diambil dari perjanjian lisensi adalah:

1. Pemilik hak merk dapat dengan mudah memperluas jaringan distribusi baik secara nasional, regional, dan global;
2. Penerima lisensi telah mengenal bahasa dan budaya lokal dalam promosi dan pemasaran barang dan atau jasa sehingga akan sangat membantu;
3. Penerima lisensi telah memahami hukum lokal dan perpajakan;
4. Pemilik hak merk terbantu dalam hal kebutuhan supervisi jarak jauh atas distribusi dan pemasaran;

²² Yahya Harahap, "Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996). hal. 530-531.

5. Bagi penerima lisensi, biaya produksi lebih murah karena alasan biaya impor bahan baku, dapat menggunakan tenaga kerja lokal yang lebih murah, sehingga barang yang dihasilkan bisa lebih murah;
6. Pemberi lisensi memperoleh royalti dari penerima lisensi tanpa mengeluarkan biaya;
7. Dengan adanya perjanjian lisensi akan terhindar dari tarif impor ke negara pemberi lisensi.

Beberapa pertimbangan mengenai perjanjian lisensi tersebut tidak terlepas dari adanya strategis bisnis yang akan dicapai. Menurut Insan Budi Maulana strategis bisnis merupakan pola atau rencana yang terpadu baik berupa kebijakan yang dilakukan terus menerus di bidang bisnis.²³ Lebih lanjut menurut Insan Budi Maulana maksud dan tujuan strategi bisnis ada tiga macam yakni:²⁴

Pertama, tidak hanya mempertimbangkan biaya produksi, pemasaran dan mengatasi persaingan tetapi selalu mengaitkan dengan merk dagang dan nama dagangnya.

Kedua, mencegah kompetitor curang.

Ketiga, menguasai pasar.

Dilihat dari sifatnya lisensi dibedakan menjadi dua macam, yakni : lisensi umum dan lisensi paksa atau lisensi wajib (*compulsory license*). Yang dimaksud dengan lisensi (umum) adalah lisensi yang dikenal secara luas dalam praktek, yang melibatkan suatu bentuk negosiasi antara pemberi lisensi dan penerima lisensi.²⁵ Untuk melakukan perjanjian lisensi, harus dilakukan suatu permohonan yang dilakukan oleh calon penerima lisensi (*licensee*) kepada pemilik merk selaku pemberi lisensi (*licensor*). Permohonan tersebut dapat diartikan sebagai upaya permohonan izin dari calon penerima lisensi untuk menggunakan merk tersebut. Jika kemudian tercapai kesepakatan dalam bentuk kontrak lisensi dapat digunakan sebagai dasar yang kuat dan sah bagi penerima lisensi untuk memproduksi barang

²³ Insan Budi Mualana, "Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta", (Bandung: Citra Aditya Bakti 1997), hal. 91.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Gunawan Widyaya, *Op. Cit.*, hal. 17.

atau jasa dengan menggunakan merk pemberi lisensi. Dengan adanya dasar yang kuat tersebut tidak saja memberikan suatu jaminan hukum bagi penerima lisensi untuk memakai merk pemberi lisensi, bagi pemilik merk merupakan suatu perlindungan sekaligus pengontrol bahwa merk miliknya digunakan oleh penerima lisensi dengan seizin dan sepengetahuan darinya.

Oleh karena itu dalam konteks seperti ini perjanjian lisensi tidak hanya memberikan manfaat bagi penerima lisensi saja, melainkan juga pemberi lisensi. Manfaat bagi penerima lisensi dalam hal ini berupa pemakaian merk milik pemberi lisensi secara aman dan legal dengan berbagai keuntungan yang melekat pada merk yang bersangkutan. Keuntungan itu antara lain jika merk yang dilisensikan tersebut ternyata merk terkenal dan dikenal dengan reputasi baik oleh konsumen, maka penerima lisensi akan dapat melaksanakan usahanya secara lancar dalam merebut pangsa pasar. Atas dasar itu ia tidak perlu bersusah payah agar merknya disukai oleh masyarakat. Dalam konteks ini pemasaran terhadap barang atau jasa yang dihasilkan akan berlangsung dengan mulus dan lancar. Ini mengingat karena pada umumnya masyarakat masih menyukai pada merk merk yang selama ini telah dikenal (merk terkenal) karena umumnya merk-merk itu memiliki reputasi dan kualitas yang baik.

Keuntungan lainnya, penerima lisensi tidak perlu repot membuat dan mendaftarkan merk untuk produk barang atau jasanya yang memerlukan waktu, tenaga dan biaya. Penerima lisensi hanya berkewajiban mendaftarkan perjanjian lisensinya pada Kantor Merk saja, sedangkan bagi pemilik merk selaku pemberi lisensi, keuntungan yang diperoleh dari adanya perjanjian lisensi ialah merknya dijamin dipakai oleh penerima lisensi secara aman dan legal sehingga secara langsung ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh masyarakat dan negara kepada merknya. Keuntungan lain ialah pemilik merk akan memperoleh pembayaran royalti dari penerima lisensi yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Tanpa susah payah memproduksi barang atau jasa ia akan memperoleh pemasukan penghasilan yang berasal dari hak merknya. Keuntungan itu dapat meningkatkan penghasilannya, karena ia masih dapat memakai merk miliknya untuk memproduksi barang atau jasa. Adanya perjanjian lisensi membuat pemilik merk akan terhindar dari adanya penghapusan merk miliknya dari Daftar Umum Merk jika seandainya ia tidak menggunakan merk miliknya selama 3 tahun berturut-turut sejak pemakaian terakhir atau sejak pendaftaran oleh Kantor Direktorat Jenderal HKI. Ini disebabkan karena pemakaian merk oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan merk tersebut di Indonesia oleh pemilik merk. Meskipun keuntungan ini dari aspek yuridis dapat diterima, namun dari aspek filosofis tentang hakekat pemberian hak atas merk tidak dapat dipertanggung

jawabkan. Karena pada dasarnya hak atas merk diberikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan merk tersebut pada produksi barang dan atau jasanya. Terasa sangat aneh jika pemilik hak atas merk yang tidak menggunakan merknya untuk produk barang dan atau jasanya, kemudian melisensikan merknya pada orang lain, hal itu dapat menumbuh kembangkan budaya “dagang merk” yang bertentangan dengan prinsip bahwa orang yang mempunyai merk harus menghasilkan barang dan atau jasa.

Keuntungan ini terkait erat dengan penghapusan merk terdaftar yang dapat dilakukan oleh Kantor Direktorat Jenderal atau pihak ketiga jika suatu merk tidak digunakan oleh pemilik merk selama tiga tahun berturut-turut sejak pendaftaran atau pemakaian terakhir. Ini berarti ada kemungkinan suatu merk yang tidak digunakan oleh pemiliknya hapus karena sebab di atas. Tetapi jika merk yang bersangkutan dilisensikan alasan tersebut tidak dapat dipakai sebagai dasar oleh Kantor Direktorat Jenderal atau pihak ketiga untuk mengajukan gugatan penghapusan pendafatarn merk, karena merknya masih aktif digunakan oleh penerima lisensi.

IV. Perjanjian Waralaba

Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 4 Tahun 2007 yang mengatur tentang waralaba menegaskan bahwa “waralaba merupakan 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”. Berdasarkan pengertian di atas, waralaba merupakan sistem bisnis yang bertujuan memasarkan barang dan atau jasa yang telah berhasil. Pengertian berhasil disini merujuk pada barang dan atau jasa dengan merk yang telah dikenal luas oleh konsumen. Oleh karena itu, dalam perjanjian waralaba, selalu dikaitkan dengan penggunaan merk pihak lain. Pada umumnya merk yang dipergunakan itu adalah merk-merk terkenal. Keterkaitan waralaba dengan penggunaan hak merk pihak lain tersebut seperti dituangkan dalam Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007, yang menegaskan bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan ;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan

f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Kriteria tersebut sesuai dengan pendapat pendapat Adrian Sutedi²⁶ yang menegaskan bahwa usaha yang dapat diwaralabakan, harus memenuhi lima persyaratan minimal yakni: memiliki keunikan; terbukti telah berhasil; memiliki standar; dapat diajarkan/diaplikasikan; dan menguntungkan.

Jika dikaitkan dengan kriteria yang terdapat dalam PP No. 42 Tahun 2007, kriteria telah berhasil dan menguntungkan tersebut, maka yang dimaksudkan adalah berkenaan dengan Hak Kekayaan Intelektual yang dalam hal ini berupa hak merk yang telah memberikan keuntungan dan manfaat yang banyak bagi pemiliknya. Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan dalam undang-undang diatas, perjanjian lisensi merk dalam praktiknya tidak bisa terlepas dari perjanjian waralaba (*franchise*), bahkan perjanjian waralaba merupakan induk dari adanya perjanjian lisensi, artinya dalam perjanjian waralaba terdapat perjanjian lisensi. Intinya dalam hal ini perjanjian lisensi merupakan *assesoir* (ikutan) dari perjanjian waralaba. Menurut Gunawan Widjaya,²⁷ seorang penerima waralaba menjalankan usahanya sendiri, tetapi dengan mempergunakan merk dagang atau merk jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba oleh penerima waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik penerima waralaba).

Lebih lanjut Pasal 5 PP Nomor 42 Tahun 2007, ditegaskan bahwa Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit :

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima waralaba;
- f. Wilayah Usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tatacara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;

²⁶ Adrian Sutedi, "Hukum Waralaba", (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hal. 54.

²⁷ Gunawan Widjaya, "Wara Laba", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 8.

- j. Penyelesaian sengketa;
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Jenis Hak Kekayaan Intelektual yang dilisensikan harus ditegaskan supaya pemilik HKI mengetahui akan hak dan kewajibannya. Penggunaan jenis HKI tersebut menunjukkan bahwa dalam perjanjian waralaba terkandung adanya perjanjian lisensi HKI, termasuk lisensi merk.

Menurut Gunawan Widjaya, waralaba memiliki dua jenis kegiatan yakni waralaba produk dan merk dagang serta waralaba format bisnis.²⁸ Berkaitan dengan waralaba produk dan merk dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai ijin untuk menggunakan merk dagang milik pemberi waralaba. Pemberian ijin penggunaan merk dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan tersebut. Atas pemberian ijin penggunaan merk dagang tersebut, biasanya pemberi waralaba memperoleh pembayaran royalti di muka, dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (yang sering disebut dengan royalti berjalan) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba.

Sementara menurut Jill McKeough dan Andrew Stewart ada tiga jenis *franchise*, yakni:²⁹

1. *Product franchises*, dalam hal ini penerima waralaba (*franchisee*) bertindak sebagai distributor untuk produk-produk tertentu.
2. *System franchises*, dalam hal ini penerima waralaba untuk berusaha di bidang bisnis-bisnis tertentu, seperti misalnya *fast food, petrol station, homeware store*.
3. *Processing or manufacturing franchises*, dalam hal ini pemberi waralaba menyediakan bahan-bahan produksi yang diperlukan atau *know-how*.

Pelaksanaan jenis-jenis *franchise* tersebut dikombinasikan satu dengan yang lain. Perjanjian waralaba dapat dibuat dalam bentuk *exclusive agreement* untuk suatu wilayah hukum tertentu atau dapat juga dalam bentuk *non exclusive agreement*.³⁰ Terkait dengan bentuk itu, baik perjanjian

²⁸ *Ibid.*, hal. 13.

²⁹ Jill McKeough dan Andrew Stewart, "*Intellectual Property in Australia*", (Butterworths: 1997), hal. 509.

³⁰ Todung Mulya Lubis, "*Franchise Sebagai Bisnis Abad 21*", Bahan Kuliah Insitut of Business Law & Legal Management, Jakarta, Tanpa Tahun, hal. 151.

waralaba maupun lisensi merk mempunyai persamaan. Keduanya bisa dibuat dalam bentuk *exclusive* maupun *non exclusive*. Menurut Todung Mulya Lubis pada umumnya perjanjian waralaba (*franchise*) dibuat secara standard (baku) karena adanya keperluan akan *uniformity, efficiency and control*.³¹ Jadi kontrak ini tidak bisa dinegosiasikan lagi dan para *franchisee* dihadapkan pada pilihan *take it or leave it*. Karena itu, perjanjian ini lebih menguntungkan *franchisor*. Bahkan di Amerika Serikat, menurut Laporan *Comitee on Small Business* dari Konggres Amerika, klausula mengenai *termination* selalu menguntungkan *franchisor*, karena didalamnya diatur hal-hal yang menguntungkan *franchisor*, antara lain:³²

- a. Hak *franchisor* memutuskan perjanjian tanpa alasan yang jelas;
- b. Hak *franchisor* untuk tidak memperpanjang perjanjian;
- c. Persyaratan persetujuan *franchisor* atas setiap rencana penjualan dan pemindahan hak *franchisee*;
- d. Hak *franchisor* untuk memperoleh kembali *franchising* berikut asset, peralatan dan sebagainya dalam hal tidak ada perpanjangan perjanjian;
- e. Persyaratan bahwa setelah pemutusan perjanjian, *franchisee* tidak boleh melakukan bisnis yang sama dalam radius 50 mile untuk waktu 2 tahun.

Berdasarkan fakta di atas, dapat disimpulkan bahwa kedudukan *franchisor* lebih kuat dibandingkan dengan *franchisee*. Ini disebabkan karena *franchisor* memiliki segala asset yang berkaitan dengan *franchise*, karena itu dia bisa mendikte dalam bentuk pembuatan kontrak standard kepada *franchisee*. Meskipun sebenarnya, perjanjian *franchise* itu dibuat berdasar kebebasan berkontrak berdasar Pasal 1338 BW, namun karena kedudukan *franchisor* lebih kuat, ia dapat dengan leluasa menentukan syarat-syarat yang tidak adil. Atas dasar itu Todung Mulya Lubis mengusulkan agar pemerintah membuat suatu *guideline* agar perjanjian *franchise* itu bisa diarahkan menjadi perjanjian yang menguntungkan kedua belah pihak. Kalau perlu pemerintah membuat kontrak standar mengenai perjanjian *franchise* agar bisa dijadikan acuan oleh para pihak.³³ Usulan tersebut telah dilaksanakan oleh pemerintah dengan mengatur mengenai *franchise* (waralaba) dalam PP No. 42/2007,

³¹ *Ibid.*, hal.153.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, hal. 158.

yang salah satu diantaranya memuat klausula standar yang harus dimuat dalam perjanjian waralaba.

V. Perjanjian Distribusi

Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 yang mengatur mengenai Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen/Distributor Barang dan Jasa telah memberikan hak eksklusif kepada distributor. Distributor merupakan perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan perjanjian yang melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dan/atau jasa yang dimiliki atau dikuasi. Sementara Distributor Tunggal merupakan perusahaan perdagangan nasional yang mendapatkan hak eksklusif dari prinsipal berdasarkan perjanjian sebagai satu-satunya distributor di Indonesia atau wilayah pemasaran tertentu.

Perjanjian distribusi selalu memasukkan klausula lisensi HKI sebagai salah satu persyaratannya. Berdasarkan kontrak yang ada klausula itu bisanya dirumuskan sebagai berikut:

Distributor shall have the limited non exclusive right to use the mark to identify the products in its advertising and promotional activities and signs, provided such advertisement; promotion and signs are previously approved in writing by X. Any other use of The trade mark or other intellectual property, including the use of The trade mark in association with or adjacent to another company's name, or as part of distributor's company name, or in any form, style or manner where it could be construed that Distributor or another entity is an office, branch, division, subsidiary or other affiliate of X, is prohibited.³⁴

Hak eksklusif yang dimiliki oleh distributor berarti sama dengan hak eksklusif yang melekat pada hak merk. Ini berarti bahwa, jika ada barang dan atau jasa dengan merk tertentu, masuk ke wilayah Indonesia, yang diimpor bukan oleh Distributor yang mempunyai izin impor, berarti telah terjadi pelanggaran merk.

³⁴ Dikutip dari sebagian isi perjanjian Distributor.

Pasal 4 Peraturan Menteri Perdagangan tersebut menentukan sebagai berikut: Penunjukan agen, agen tunggal, distributor atau distributor tunggal dapat dilakukan oleh :

- a. Prinsipal Produsen;
- b. Prinsipal supplier berdasarkan persetujuan dari prinsipal produsen;
- c. Perusahaan Penanaman Modal Asing yang bergerak di bidang perdagangan sebagai distributor/wholesaler;
- d. Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing.

Pengertian prinsipal menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan tersebut adalah perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum di luar negeri atau di dalam negeri yang menunjuk agen atau distributor untuk melakukan penjualan barang dan/atau jasa yang dimiliki atau dikuasai. Prinsipal dibedakan menjadi prinsipal produsen dan prinsipal supplier.

Sedangkan yang dimaksud dengan Prinsipal Produsen menurut Pasal 1 angka 2 adalah perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, berstatus sebagai produsen yang menunjuk badan usaha lain sebagai agen, agen tunggal, distributor atau distributor tunggal untuk melakukan penjualan atas barang hasil produksi dan/atau jasa yang dimiliki/dikuasai. Sementara yang dimaksud dengan Prinsipal Supplier menurut Pasal 1 angka 3 adalah perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum yang ditunjuk oleh prinsipal produsen untuk menunjuk badan usaha lain sebagai agen, agen tunggal, distributor atau distributor tunggal sesuai kewenangan yang diberikan oleh prinsipal produsen. Klausula Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) yang ada dalam Perjanjian Distributor merupakan klausula yang bersifat spesifik, dimana keberadaan klausula ini menjadi karakteristik perjanjian distribusi. Terkait dengan pelaksanaan perjanjian distribusi, Hak Kekayaan Intelektual yang sering digunakan adalah hak merk³⁵ Mengenai fungsi dan karakteristik perjanjian distributor adalah sebagai berikut:³⁶

Ada dua pendapat dalam klausul kekayaan intelektual (intellectual property rights) yang berisi penggunaan merk oleh distributor yaitu dari sisi distributor, penggunaan merk

³⁵ Listya Sitaresmi, "Klausul Lisensi Merek Dalam Perjanjian Distribusi", (Skripsi, Fakultas Hukum Unair, Surabaya, 2008), hal. 51.

³⁶ *Ibid.*, hal. 52.

tersebut dianggap sebagai lisensi merk yang diberikan oleh prinsipal. Distributor menganggap sebagai bentuk lisensi karena dalam klausula tersebut, pihaknya mendapatkan izin, untuk menggunakan merk milik prinsipal meskipun hanya kegiatan-kegiatan tertentu saja. Sedangkan dari sisi prinsipal, penggunaan merk oleh distributor, merupakan bentuk pembatasan hak. Prinsipal menganggap sebagai pembatasan hak, mengingat merk merupakan bentuk kekayaan intelektual yang mempunyai peran penting dalam membentuk image masyarakat dan mempunyai nilai ekonomi bagi produk barang yang dihasilkannya. Jadi prinsipal dalam hal ini berusaha untuk melindungi merknya dengan memberikan hak-hak yang terbatas pada distributor dalam menggunakan merk miliknya. Contoh pembatasan penggunaan merk oleh prinsipal adalah distributor hanya boleh menggunakan merk tersebut dalam kegiatan pengiklanan dan promosi.

Mengenai eksistensi adanya lembaga distributor tersebut telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1977 yang mengatur mengenai Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing Dalam Bidang Perdagangan, dimana dalam Pasal 7 nya menegaskan bahwa Perusahaan Asing dapat menunjuk perusahaan nasional sebagai penyalur (Agen dan Distributor).

Ari Wahyudi Hertanto menyatakan, ada perbedaan antara agen dan distributor. Perbedaannya adalah:³⁷

a. Agen:

- a. Pihak yang menjual barang atau jasa untuk dan atas nama prinsipal;
- b. Pendapatan yang diterimanya berupa komisi berdasarkan jumlah barang atau jasa yang dijualnya kepada konsumen;
- c. Barang dikirimkan langsung dari prinsipal ke konsumen jika antara agen dengan konsumen mencapai suatu persetujuan;
- d. Pembayaran atas barang yang telah diterima konsumen langsung kepada prinsipal bukan melalui agen.

b. Distributor:

- a. Perusahaan yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri;

³⁷ Ari Wahyudi Hertanto, *Aspek-Aspek Hukum Perjanjian Distributor dan Keagenan*, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Th ke - 37 No. 3, Juli-September 2007., hal. 391.

- b. Membeli dari prinsipal dan menjual kembali kepada konsumen kepentingannya sendiri;
- c. Prinsipal tidak selalu mengetahui konsumen akhir dari produk-produknya;
- d. Bertanggungjawab atas keamanan pembayaran barang-barangnya untuk kepentingan sendiri

Jika dianalogikan, distributor tersebut mekanisme kerjanya sama dengan Komisioner yang diatur dalam Pasal 76 sampai dengan 85 a KUHD. Seorang komisioner memiliki hak khusus yang disebut hak mendahului, sementara seorang distributor memiliki hak eksklusif dalam hal distribusi barang dan jasa dengan merk tertentu. Hak khusus distributor atas distribusi barang dan atau jasa dengan merk tertentu tersebut diperolehnya dari perjanjian distributor dengan prinsipalnya. Oleh karenanya, dengan berpedoman pada hak khusus tersebut, hanya distributorlah yang berhak mengimpor dan memasarkan barang dan atau jasa dengan merk tertentu.

VI. Penutup

A. Kesimpulan

Perjanjian lisensi merk memiliki keterkaitan erat dengan perjanjian waralaba, karena di dalam perjanjian waralaba terdapat struktur perjanjian lisensi. Oleh karena itu, perjanjian waralaba merupakan pengembangan lebih lanjut dari perjanjian lisensi. Pelaksanaan perjanjian waralaba tidak bisa terlepas dari pelaksanaan perjanjian lisensi. Demikian juga dengan perjanjian distribusi. Ketiga perjanjian tersebut pada dasarnya memberikan hak eksklusif kepada penerima lisensi, penerima waralaba dan distributor. Penerima lisensi dan waralaba berhak untuk memproduksi barang dan atau jasa, sedangkan distributor berhak mengimpor dan memasarkan barang dan atau jasa dengan merk tertentu.

B. Saran

Mengingat bahwa perjanjian lisensi merk memiliki beberapa manfaat bagi masyarakat dan negara, maka keberadaan Keppres yang mengatur tentang perjanjian lisensi merk perlu segera dibuat. Keppres tersebut merupakan landasan dan dasar hukum pembuatan dan pelaksanaan perjanjian lisensi merk.

Daftar Pustaka

Buku

- Atiyah, PS. *An Introduction to The Law Of Contract*, New York: Oxford University Press, 1996.
- Black, Henry Campbell, MA, *Black Law Dictionar*, St. Paul Mini: West Publishing Co, 1991.
- Jened, Rahmi. *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, Surabaya: Airlangga University Press., 2007.
- McKeough, Jill and Stewart, Andrew. *Intellectual Property in Australia*: Butterworths, 1997.
- Mo, John Shijian. *International Commercial Law*, LexisNexis Butterworths, 2003.
- Megantz, Robert C. *How to License Technology*, John Wiley & Sons, Inc, 1996
- Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Sitairesmi, Listya. *Klausul Lisensi Merk Dalam Perjanjian Distribusi*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2008.
- Toffler, Besty Ann and Imber, Jane, *Dictionary of Marketing Terms*, New York Barrons Educational Series, Inc, 1994.
- Widjaya, Gunawan. *Lisensi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- _____, *Wara Laba*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

Artikel

- Hertanto, Ari Wahyudi. "Aspek-Aspek Hukum Perjanjian Distributor dan Keagenan", *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Tahun ke – 37 No. 3, (Juli-September 2007).
- Lubis, Todung Mulya. "Franchise Sebagai Bisnis Abad 21", Bahan Kuliah Insitut of Business Law & Legal Management, Jakarta, Tanpa Tahun.
- Purba, Ahmad Zen Umar. "Hak atas Kekayaan Intelektual", Makalah pada Seminar Kontrak-kontrak Komersil di Indonesia, diselenggarakan oleh Sigma Conference, Jakarta, 21 November 2000.

“The Apparent Manufacturer Doctrine, Trademark Licensors And The Third Restatement Of Torts”, Case Western Reserve Law Review, 00087262, Summer 99, Vol. 49, Issue 4.