

## Perjanjian Lisensi dan Royalti Sebagai Wujud Pelindungan Hak Cipta Dalam Waralaba Film

Nayla Sellyta Hadianida<sup>1\*</sup>, Tasya Safiranita<sup>2</sup>, Rika Ratna Permata<sup>3</sup>  
<sup>123</sup>Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

\*Corresponding Author e-mail: [nayla20001@mail.unpad.ac.id](mailto:nayla20001@mail.unpad.ac.id)

**Abstract:** Copyright as one of the IP regimes can be utilized in the franchise business. Currently, the franchise business can also be applied to the entertainment industry, namely the existence of a movie franchise, which contains copyright. Although, the movie franchise is widely known by the public, but in practice there are still many who unaware the legal protection of movie copyright holders (franchisor) who give permission to the copyright recipient (franchisee) to franchise the movie. Therefore, the authors are interested in conduct research and further discuss the legal protection of copyright holders of movies whose creation is developed in the form of movie franchises. This research uses a normative juridical approach method with analytical descriptive research specifications and data analysis methods in this study were carried out using qualitative juridical methods. Based on the results of the discussion it is known that one of the implementation or embodiment of copyright protection for the copyright holders of the movie (franchisor) is the existence of a license agreement. The license agreement becomes the basis of the relationship between the franchisor and franchisee, which then from this agreement also arise the rights and obligations of the parties, one of which is royalty. The granting of royalty to the copyright holder of the movie becomes a form of appreciation and appreciation for the work created from the results of the mind of the copyright holder of the movie.

### Article History

Received September 25, 2024

Revised October 03, 2024

Accepted 08 October 2024

Available online 09 October 2024

### Key Words :

Copyright, Movie, Franchise, License Agreement, Royalty



<https://doi.org/10.5281/zenodo.13909486>

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



### Pendahuluan

Saat ini sudah banyak dikenal berbagai macam model bisnis, salah satunya model bisnis yang berbentuk waralaba atau *franchise*. Waralaba pada hakikatnya ialah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuat dan strateginya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.<sup>1</sup> Oleh karena itu model bisnis waralaba banyak dipilih dan digemari oleh para pelaku bisnis karena dirasa cukup menjanjikan serta mendatangkan keuntungan, terlebih jika dilihat dari jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha waralaba.

Konsep bisnis waralaba sudah berkembang di Jerman sejak tahun 1840-an yang pada saat itu bisnis waralaba dikhususkan untuk menjual makanan dan minuman. Sejarah waralaba pertama kali lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit *Singer* mulai memperkenalkan konsep *franchising* mengembangkan distribusi produknya.<sup>2</sup> Dari sinilah kemudian

<sup>1</sup> Lathifah Hanim, "Pelindungan Hukum Haki Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia", <https://media.neliti.com/media/publications/12284-ID-perlindungan-hukum-haki-dalam-perjanjian-waralaba-di-indonesia.pdf>, hlm. 572

<sup>2</sup> Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009, hlm. 82.

banyak perusahaan yang menggunakan konsep waralaba untuk mendistribusikan produksi pabrik. *Franchise* dengan cepat menjadi model yang dominan dalam mendistribusikan barang dan jasa di Amerika Serikat. Karena sistem waralaba begitu menarik dan menguntungkan bagi dunia usaha bisnis banyak juga bisnis usaha waralaba asing masuk dan berkembang pesat di Indonesia contoh perusahaan luar yang masuk ke Indonesia seperti Coca Cola, Kentucky Fried Chicken, Dunkin Donat, dan lain-lain. Bisnis waralaba yang begitu menarik dan menguntungkan, membuat pemerintah tertarik untuk mengembangkan model bisnis ini di Indonesia.<sup>3</sup>

Dalam perkembangannya bisnis waralaba tidak hanya berkembang dalam industri makanan saja namun meluas hingga ke industri hiburan. Suatu *franchise* hiburan yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas sudah pasti akan dikembangkan atau diterapkan ke media elektronik, salah satunya yakni dalam bentuk waralaba film dengan bentuk *spin off*. Fenomena *franchise* di perfilman Indonesia mulai menggeliat sejak era 2000-an.

Waralaba film bermakna film berseri atau satu rangkaian film yang diproduksi dua film atau lebih, yang memiliki kontinuitas cerita atau tokoh dalam kisahnya. Bentuk *franchise* pada film bisa bermacam-macam bentuknya, yakni *sekuel*, *remake*, *reboot*, *prekuil*, *spin-off*, dan *cinematic universe*. *Franchise* sendiri kini menjadi tren dalam industri perfilman nasional. Film *spin-off* pertama di Indonesia diperkenalkan melalui film horor, *Asih* (2018), yang mengambil kisah tentang sosok antagonis *Asih* yang ada dalam kisah *Danur: I Can See Ghost*. Di tahun yang sama, muncul pula film *spin-off* *Mily dan Mamet: Ini Bukan Cinta & Rangga* (2018) yang merupakan kisah pengembangan dari seri *Ada Apa Dengan Cinta? Sesuai judulnya*, film ini mengambil kisah sosok *Mily dan Mamet* yang merupakan tokoh pendukung dalam seri film *Ada Apa dengan Cinta?*

Pada dasarnya model bisnis waralaba erat kaitannya dengan kekayaan intelektual. Hal tersebut dikarenakan pemberian izin *franchise* juga berarti memberikan hak untuk menggunakan dan memanfaatkan kekayaan intelektual tertentu. Kekayaan Intelektual (KI) secara sederhana dapat dikatakan sebagai kekayaan yang berasal dari hasil olah pikir manusia atau dengan kata lain lahir dari kemampuan intelektual manusia yang memiliki nilai ekonomis. Konsepsi mengenai KI didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Pengorbanan ini menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmatinya. Ini mendorong butuhnya penghargaan atas hasil berupa perlindungan hukum.<sup>4</sup> KI memiliki beragam rezim seperti Hak Cipta, Merek, Indikasi Geografis, Paten, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang, dan Varietas Tanaman.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengatakan bahwa waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan ataupun badan usaha terhadap sistem bisnis dengan karakteristik khas usaha dalam rangka memasarkan benda dan/atau jasa yang sudah teruji sukses serta bisa dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain bersumber pada perjanjian waralaba. Lebih lanjut Pasal 3 yang menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba merupakan kekayaan intelektual yang sudah terdaftar, yang dimaksud dengan KI yang sudah terdaftar tersebut merupakan KI yang terpaut dengan usaha semacam merek, hak cipta, paten, serta rahasia dagang, telah didaftarkan serta memiliki sertifikat ataupun sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang. Dengan demikian KI merupakan unsur yang sangat signifikan dalam waralaba tanpa ada KI yang terdapat dalam waralaba maka dapat dikatakan suatu usaha bukanlah waralaba.

Jika melihat kembali kepada waralaba film maka rezim kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya adalah hak cipta. Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut “UUHC”) menyatakan bahwa Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>5</sup> Hak eksklusif adalah hak yang hanya dimiliki si pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengatur penggunaan hasil karya atau hasil olah gagasan atau informasi tertentu. Pada dasarnya, hak cipta merupakan “hak untuk menyalin suatu ciptaan”, atau hak untuk menikmati suatu karya secara sah.

<sup>3</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 554-555.

<sup>4</sup> Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm. 13.

<sup>5</sup> Pasal 1 Angka 1 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Hak cipta telah masuk dalam roda perekonomian dan bisnis seperti halnya sistem waralaba termasuk waralaba film. Hak cipta memiliki peran yang sangat penting dalam kepemilikan suatu karya film sehingga penggunaan karya tersebut perlu dilindungi secara hukum agar hak eksklusif pemegang hak cipta terjamin. Namun dalam praktiknya sering terjadi hambatan seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap hak cipta terkait distribusi dan penggunaan elemen film, lemahnya penegakan hukum terhadap pelanggaran hak cipta, serta penggunaan karya film tanpa izin di platform digital. Selain itu, sering ditemukan pemalsuan produk atau penggunaan karakter dan elemen film tanpa izin untuk mendapatkan keuntungan komersial, yang merugikan pemilik hak cipta. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dan membahas lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap pemegang hak cipta yang karyanya dikembangkan dalam bentuk waralaba film. Pelindungan hukum yang dimaksud disini dilihat dari segi regulasi yakni hukum positif di Indonesia.

Sebelumnya sudah terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik pembahasan penelitian ini, namun belum ada yang menulis mengenai perlindungan hak cipta bagi pemegang hak cipta dalam bisnis waralaba baik dari segi regulasi maupun praktik. Dengan demikian, penelitian yang penulis kaji tidak memiliki kesamaan secara substansi, sehingga penelitian ini bersifat baru dan terjamin keasliannya sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematika hukum, dan juga sinkronisasi hukum.<sup>6</sup> Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Penelitian ini melakukan pengumpulan data mengenai masalah-masalah hukum yang berhubungan dengan penelitian ini, diperoleh dari studi kepustakaan dan riset daring. Metode analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yuridis kualitatif, yaitu berdasarkan perundang-undangan yang satu tidak boleh bertentangan dengan perundang-undangan yang lain, memperhatikan hierarki perundang-undangan, mewujudkan kepastian hukum, mencari hukum yang hidup di dalam masyarakat, baik tertulis maupun tidak tertulis.<sup>7</sup>

### Hasil dan Pembahasan

Hak cipta adalah salah satu bentuk Kekayaan Intelektual (KI) yang dilindungi, yang pelindungannya berupa pemberian sekumpulan hak, dan diatur dalam ilmu hukum yang dikenal dengan Hukum Kekayaan Intelektual (KI), yaitu bidang hukum yang membidangi hak-hak yuridis atas karya yang dihasilkan oleh pikiran manusia serta dikaitkan dengan kepentingan yang bersifat ekonomi dan moral.<sup>8</sup> Hak cipta, sebagai salah satu KI, merupakan hak yang dilahirkan dari adanya kegiatan yang berasal dari kemampuan olah pikir manusia yang kreatif, yang diwujudkan secara nyata, serta bernilai ekonomi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>9</sup>

Objek hak cipta adalah karya cipta. Secara normatif, UUHC mendefinisikan ciptaan sebagai setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.<sup>10</sup> Lebih lanjut, Pasal 40 ayat (1) UUHC mengatur secara spesifik ciptaan-ciptaan yang dilindungi.

Jika mengacu terhadap UUHC menyebutkan bahwa dalam Hak Cipta terdapat subjek yang terdiri dari pencipta dan pemegang hak cipta. Pencipta merupakan hal utama yang memiliki peran penting dalam hak cipta, pencipta adalah seseorang atau beberapa orang yang secara individu atau berkelompok menghasilkan suatu ciptaan yang memiliki sifat khas serta pribadi.<sup>11</sup> Sedangkan pemegang hak cipta adalah Pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986, hlm. 10.

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2007, hlm.52.

<sup>8</sup> Eddy Damian, *Hukum Hak Cipta*, PT.Alumni, Bandung, 2009, hlm. 29.

<sup>9</sup> Sudjana, "Pembatasan Perlindungan Kekayaan Intelektual (Hak Cipta) Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia", *Jurnal HAM*, Vol. 10, No. 1, 2009, hlm. 73.

<sup>10</sup> Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>11</sup> Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.<sup>12</sup>

Mengenai kepemilikan Hak Cipta didasarkan pada sistem deklaratif (*first to use*). Sistem ini menekankan pada siapa yang memakai atau menemukan pertama kali maka dialah yang dianggap berhak dan patut sesuai dengan ketentuan hukum terhadap pemilikan atas suatu karya tersebut. Sistem deklaratif ini memberikan pemahaman mengenai Hak Cipta tidak perlu didaftarkan untuk memperoleh hak milik, karena pendaftaran hanya untuk pembuktian.

Hak Cipta tersebut melekat pada diri seorang Pencipta atau Pemegang Hak Cipta, sehingga lahir hak eksklusif yang memungkinkan untuk membatasi pemanfaatan, dan mencegah pemanfaatan tidak sah atas suatu ciptaan, mengingat hak eksklusif memiliki nilai ekonomis yang tidak semua orang bisa mendapatkannya tanpa melalui izin pemilik ciptaan tersebut. Hak eksklusif berdasarkan UUHC dibagi menjadi 2 bagian yaitu hak moral (*moral rights*) dan hak ekonomi (*economic rights*) yang mana hak ini muncul secara otomatis setelah hasil ciptaan tersebut dideklarasikan dan dituangkan kedalam bentuk nyata.

Hak ekonomi adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan serta produk Hak Terkait. Dasar dari ketentuan mengenai hak ekonomi terdapat dalam Pasal 8 UUHC yang menyatakan bahwa Hak ekonomi merupakan Pemegang Hak Cipta untuk atas Ciptaan. Hak eksklusif Pencipta atau mendapatkan manfaat ekonomi. Lebih jauh pada Pasal 9 UUHC disebutkan Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan :

- a. Penerbitan Ciptaan
- b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
- c. Penerjemahan Ciptaan;
- d. Pengadaptasian, pengaransemenan atau pentransformasian Ciptaan;
- e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
- f. Pertunjukan Ciptaan;
- g. Pengumuman Ciptaan;
- h. Komunikasi Ciptaan; dan
- i. Penyewaan Ciptaan.

Penggunaan suatu karya cipta oleh pihak lain harus didahului oleh pemberian lisensi. Dalam Pasal 1 angka 20 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta didefinisikan, bahwa lisensi adalah izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait kepada pihak lain untuk melaksanakan hak ekonomi atas ciptaannya atau produk hak terkait dengan syarat tertentu.

Pemegang hak cipta memiliki hak terhadap penggunaan dan pemanfaatan objek ciptaannya termasuk memberikan izin atau lisensi untuk mewartalabakan ciptaannya. Waralaba adalah 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. Dalam bentuk bisnis waralaba terdapat beberapa unsur seperti :

1. Pemilik/produsen bisnis/usaha (*franchisor*) yang memiliki/pemegang hak kekayaan intelektual tertentu serta memberikan hak untuk pemasaran dan barang/jasa.
2. Pihak pembeli/penerima hak eksklusif (*franchisee*) dari *franchisor*.
3. Adanya penyerahan dari *franchisor* kepada *franchisee*.

*Franchise* atau waralaba itu sendiri merupakan suatu bentuk kerja sama bisnis antara dua pihak, yaitu *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba). Dalam model bisnis waralaba, *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk menggunakan hak kekayaan intelektual, sistem operasional, pengetahuan, dan dukungan lainnya yang telah dikembangkan dan dimiliki oleh *franchisor*. Oleh karena itu KI merupakan unsur yang penting dalam bisnis waralaba karena tanpa adanya KI maka tidak dapat disebut sebagai bisnis waralaba.

Salah satu KI yang dapat dimanfaatkan dalam bisnis waralaba adalah hak cipta. Pemegang hak cipta atas waralaba sebagai *franchisor* dan pembeli/pihak yang mendistribusikan sebagai *franchisee*.

<sup>12</sup> Pasal 1 ayat (4) Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Konsep bisnis waralaba yang berkaitan dengan penggunaan hak cipta adalah waralaba dalam industri hiburan dalam bentuk film. Film merupakan karya sinematografi yang dilindungi hak ciptanya. Sinematografi adalah ciptaan yang berupa gambar bergerak antara lain film dokumenter, film iklan, reportase, atau film cerita yang dibuat dengan skenario, dan film kartun. Dalam sebuah film terdapat banyak unsur hak cipta dan hak terkait di dalamnya, diantaranya hak penulis naskah, hak sutradara, hak pemain film, hak pencipta musik, dan sebagainya.

Dalam proses mewujudkan ide cerita film ke dalam bentuk nyata, seorang produser harus mengeluarkan modal untuk menunjang pembuatan suatu film. Modal yang dimaksud terdiri atas sumber daya alam, sumber daya manusia, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta dana.<sup>13</sup> Produser yang membutuhkan sumber daya manusia seperti sutradara, penulis skenario, pemain film, penata lagu, kameramen, dan sebagainya harus juga mengetahui bahwa setiap dari mereka mempunyai hak atas karyanya dalam suatu film.

Nilai ekonomi yang melekat pada karya tersebut menumbuhkan konsep kekayaan (*property*) terhadap suatu karya intelektual.<sup>14</sup> Film yang merupakan karya sinematografi akhirnya menimbulkan hak ekonomi yang dimiliki oleh Pencipta, Pemegang Hak Cipta Dan Hak Terkait. Masing-masing unsur tersebut dapat dilindungi hak moral dan hak ekonominya berdasarkan UUHC.

Istilah waralaba dalam industri film memiliki makna film waralaba merupakan suatu koleksi (kumpulan) film karya terkait sebagai turunan (salinan) atau lanjutan dari suatu karya awal; seri. Selain itu, ada dalam film televisi/sinema elektronik atau program televisi, karya sastra, permainan video. Mereka adalah bagian *media franchise*. Bentuk franchise pada film bisa bermacam-macam bentuknya, yakni *sekuel*, *remake*, *reboot*, *prequel*, *spin-off*, dan *cinematic universe*.

Franchise film dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap perfilman Indonesia, serta memberikan kesempatan bagi para pembuat film untuk mengembangkan karya mereka secara lebih luas.<sup>15</sup> Film sebagai komoditi, pun memiliki pangsa pasar tersedia yang memungkinkan para pelaku industri film melakukan kolaborasi dengan sejumlah pihak. Hal ini tentunya agar tercapainya nilai kapital yang maksi. Paralel dengan itu, mayoritas produksi film dan distribusinya ditopang dengan kekuatan pasar yang mengglobal. Dalam era digital saat ini, banyak *franchise* film yang memperluas jangkauan mereka melalui media *online*, termasuk *streaming*, unduhan digital, dan *platform* media sosial.

Melihat potensi dan dampak positif dari waralaba film bagi sektor bisnis dan pertumbuhan ekonomi, maka model bisnis waralaba perlu diiringi dengan perlindungan dan penegakan hukum yang baik. Salah satu bentuk perlindungan hukum dalam waralaba film adalah adanya perjanjian lisensi. Pasal 80 ayat (1) UUHC menyebutkan bahwa pemegang Hak Cipta atau pemilik Hak Terkait berhak memberikan Lisensi kepada pihak lain berdasarkan perjanjian tertulis untuk melaksanakan beberapa perbuatan tertentu. Berdasar atas bunyi pasal tersebut dapat di tarik sebuah kesimpulan, bahwasanya apapun yang berkaitan dengan perlisensian hak cipta di lakukan dengan dasar akta perjanjian lisensi, yang di dalamnya isinya menerangkan bahwa siapapun yang nantinya memegang hak cipta ia akan memberikan hak yang spesial untuk pihak lain dengan maksud untuk menikmati manfaat ekonomis suatu ciptaan yang dilindungi oleh Hak Cipta, pemegang Hak Cipta memiliki hak untuk memberi izin atau memberikan pihak lain untuk menggunakan ciptaan sesuai perjanjian.<sup>16</sup>

Pada dasarnya, pemberian lisensi dalam waralaba bukan merupakan pengalihan hak, melainkan bentuk pemberian hak khusus. Sehingga penerima waralaba tidak mempunyai kewenangan mutlak untuk memanfaatkan hak cipta milik pemberi waralaba, termasuk juga menyatakan bahwa hak cipta itu sebagai miliknya.<sup>17</sup> Perlindungan hukum KI dalam perjanjian lisensi menjadi sangat penting dalam

<sup>13</sup> Didi Sukahat "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Film Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Yanng Dilakukan Situs Penyedia Layanan Film Streaming Gratis Di Internet" Vol.5, No.11, 2016

<sup>14</sup> Bagus Fauzan et al., "Perlindungan Hak Cipta Sinematografi Pada Medium Internet Menurut Beijing Treaty Dihubungkan Dengan Sistem Hukum Indonesia," *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad*, Vol.5, No.3, 2019, hlm.58–79.

<sup>15</sup> Affa Intellectual Property Rights, "Siapa Saja Pemegang Hak Cipta Dalam Industri Film Menurut UU Hak Cipta?", <https://affa.co.id/siapa-saja-pemegang-hak-cipta-dalam-industri-film-menurut-uu-hak-cipta/> diakses pada 10/08/2024

<sup>16</sup> Putu Ayu, Ida Ayu, "Pengaturan Bentuk Dan Syarat Sahnya Perjanjian Lisensi Hak Cipta", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 9 No. 7, 2021, hlm. 9.

<sup>17</sup> Maria Rustati, *Perjanjian Waralaba Dalam Hukum Perikatan dan Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak*, PT. Alumni, Bandung, 2006, hlm. 64.

mendukung usaha waralaba film. Perjanjian lisensi merupakan kesepakatan antara pemegang hak cipta (*franchisor*) dengan penerima lisensi (*franchisee*) yang mengatur hal-hal yang boleh dilakukan maupun tidak boleh dilakukan terkait objek lisensi.<sup>18</sup>

Bentuk perjanjian lisensi seperti perjanjian pada umumnya dan tertulis. Namun isi dari perjanjian lisensi harus mematuhi ketentuan dalam peraturan perundang-undangan. Dalam Pasal 80 UUHC, pemberian lisensi ini dilakukan melalui perjanjian lisensi yang berlaku selama jangka waktu tertentu dan tidak melebihi masa berlaku hak cipta dan hak terkait.<sup>19</sup>

Pelindungan *franchisor* film di Indonesia terutama terkait dengan pengelolaan hak cipta dalam konteks bisnis dan perjanjian kontraktual. Salah satu aspek penting adalah pelindungan kontraktual dalam perjanjian lisensi yang sering kali menjadi dasar hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*. Dalam perjanjian ini, *franchisor* memiliki hak untuk menetapkan syarat dan ketentuan yang mengatur bagaimana elemen-elemen dari franchise film dapat digunakan termasuk batasan penggunaan, durasi lisensi, wilayah operasi, serta pembagian keuntungan.<sup>20</sup> Pelanggaran terhadap perjanjian lisensi yang telah dibuat bersama, seperti penggunaan elemen franchise di luar batas yang disepakati atau penyalahgunaan elemen-elemen tersebut, dapat berujung pada tuntutan hukum dan pencabutan lisensi. Dengan demikian, perjanjian lisensi tidak hanya berfungsi sebagai alat komersial tetapi juga sebagai instrumen hukum yang melindungi kepentingan kedua belah pihak. Hal ini dikarenakan perjanjian itu sifatnya mengikat bagi para pihak, dan menjadi UU bagi para pihak dalam kontrak. Sehingga para pihak harus tunduk kepada perjanjian tersebut.

Selain itu, mengacu pada Pasal 12 UUHC tentang pengalihan hak cipta, yang seringkali mencakup klausul rahasia dagang dalam perjanjian lisensi, *franchisor* memiliki hak untuk melindungi rahasia dagang dan informasi bisnis yang terkait dengan franchise film. Meskipun tidak secara langsung diatur dalam UUHC, rahasia dagang ini sering kali dilindungi melalui perjanjian *non-disclosure agreements* (NDA) atau *confidentiality agreements* yang dibuat antara *franchisor* dan *franchisee*. Informasi yang dilindungi dapat mencakup strategi pemasaran, daftar pelanggan, teknik produksi, dan informasi bisnis lainnya yang bersifat rahasia.<sup>21</sup> *Franchisor* berhak untuk menuntut kerugian jika *franchisee* melanggar ketentuan rahasia dagang tersebut dan menggunakan informasi yang dilindungi untuk kepentingan pribadi atau pihak lain. Perlindungan ini penting karena informasi bisnis yang bersifat rahasia sering kali menjadi aset yang berharga bagi *franchisor* dalam mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar. Pelindungan terhadap *franchisor* film juga mencakup pengelolaan hak digital.

Dalam perjanjian lisensi juga harus diatur klausul mengenai royalti. Pasal 80 ayat (3) UUHC yang menyebutkan bahwa pelaksanaan perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disertai kewajiban penerima Lisensi untuk memberikan Royalti kepada Pemegang Hak Cipta atau pemilik Hak Terkait selama jangka waktu Lisensi.

Menurut Pasal 1 angka 21 UUHC royalti merupakan imbalan atas pemanfaatan Hak Ekonomi suatu Ciptaan atau Produk Hak Terkait yang diterima oleh pencipta atau pemilik hak terkait. Royalti merupakan konsekuensi dari adanya hak ekonomi dalam Hak Cipta. Pengertian royalti menurut kamus Bahasa Inggris adalah “*sum paid to the owner of copyright or patent*”, yang artinya pembayaran pada pemilik hak cipta atau paten (*honorarium pengarang*).<sup>22</sup> Royalti wajib dicantumkan dalam perjanjian lisensi karena setiap hasil karya patut dihargai penciptanya maka salah satu bentuk menghargai sang pencipta karya tersebut adalah dengan membayar sebuah royalti. Royalti hak cipta sebagai hak tagihan dari perjanjian Lisensi yang merupakan imbalan atas pemanfaatan hak ekonomi suatu ciptaan yang dibayarkan sebagai kompensasi dari pemberian ijin atau lisensi dari pemilik atau pemegang hak cipta kepada pihak lain.

Dalam konteks industri film, pengaturan royalti ini sangat penting untuk memastikan bahwa pencipta atau pemegang hak cipta film mendapatkan perlindungan hukum dan kompensasi yang adil

<sup>18</sup> Aditya Haryawan, Putri Yan Dwikasih, “Perjanjian Lisensi Hak Cipta Di Indonesia”, *Business Law Review*, Volume 1, 2016, hlm. 36.

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm. 36.

<sup>20</sup> Pasal 80 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>21</sup> Pasal 12 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>22</sup> Kamus Bahasa Inggris Oxford.

atas karya mereka, serta menjadi sebuah bentuk penghargaan terhadap hasil karya mereka. Penentuan mengenai besaran royalti dan tata cara pemberian royalti dilakukan berdasarkan perjanjian lisensi antara Pemegang Hak Cipta atau Pemilik Hak Terkait dan penerima lisensi. Besaran royalti dalam perjanjian lisensi harus ditetapkan berdasarkan kelaziman praktik yang berlaku dan memenuhi unsur keadilan. Ketentuan mengenai besaran royalti harus memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak, baik pemberi maupun penerima lisensi.<sup>23</sup>

Dalam waralaba film royalti juga dapat diberikan kepada insan perfilman, berdasarkan Pasal 47 huruf (i) Undang-Undang No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman disebutkan bahwa setiap insan perfilman berhak mendapatkan honorarium dan/atau royalti sesuai dengan perjanjian. Hak ekonomi tersebut dalam Undang-Undang Perfilman mengisyaratkan akan adanya perjanjian yang dilakukan antara insan perfilman, dalam hal ini pemain film, sutradara dan produser.

Di samping itu, *franchisor* juga dapat memanfaatkan hak pengelolaan hak cipta melalui Lembaga Manajemen Kolektif (LMK), seperti yang sudah dijelaskan pada Pasal 87 Undang-Undang Hak Cipta, yang diakui oleh undang-undang. LMK dapat membantu *franchisor* dalam mengelola dan mengumpulkan royalti dari penggunaan karya cipta mereka oleh pihak ketiga, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.<sup>24</sup> Melalui LMK, *franchisor* dapat memastikan bahwa hak mereka dilindungi dan bahwa mereka menerima kompensasi yang adil atas penggunaan karya mereka. LMK juga dapat menjadi perantara dalam menyelesaikan sengketa hak cipta, menyediakan solusi yang efisien dan efektif bagi pemilik *franchisee* maupun *franchisor*.

## Kesimpulan

Penggunaan dan pemanfaatan KI saat ini sudah bervariasi, salah satunya dalam bentuk waralaba film. Perkembangan ini perlu diiringi dengan perlindungan hukum yang baik, khususnya bagi para pemegang hak cipta film. Hak ekonomi dan hak moral dari para pemegang hak cipta sebagai *franchisor* yang memberikan lisensi kepada penerima hak cipta atau *franchisee* harus dilindungi, salah satunya hak untuk menentukan bagaimana elemen-elemen dari *franchise* film dapat digunakan termasuk batasan penggunaan, durasi lisensi, wilayah operasi, serta pembagian keuntungan melalui perjanjian lisensi.

Perlindungan hukum KI dalam perjanjian lisensi menjadi sangat penting dalam mendukung usaha waralaba film. Pemberi dan penerima lisensi wajib mematuhi hak dan kewajiban yang disepakati dalam perjanjian. Perjanjian lisensi menjadi landasan hukum yang berlaku sebagai undang-undang dalam menjalankan hubungan yang telah disepakati oleh *franchisor* dan *franchisee*, serta merupakan landasan untuk menjaga kepentingan dari masing-masing pihak dalam perjanjian lisensi. Dengan adanya perjanjian lisensi ini, perluasan bisnis dapat dilakukan secara efektif tanpa takut terjadi pelanggaran.

Selain itu *franchisor* sebagai pemegang hak cipta film berhak untuk mendapatkan royalti yang timbul sebagai konsekuensi dari adanya hak eksklusif pemegang hak cipta. Royalti juga menjadi salah satu bentuk menghargai sang pencipta karya tersebut yakni dengan memberikan royalti kepada *franchisor*. Penentuan mengenai besaran royalti dan tata cara pemberian royalti dilakukan berdasarkan perjanjian lisensi antara pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait dan penerima lisensi. Dalam kontrak kerjanya balik lagi pada perjanjian kontrak film yang dibuat seperti apa, besaran royalti dalam perjanjian lisensi harus ditetapkan berdasarkan kelaziman praktik yang berlaku dan memenuhi unsur keadilan.

## Referensi

- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010  
Aditya Haryawan, Putri Yan Dwikasih, "Perjanjian Lisensi Hak Cipta Di Indonesia", *Business Law Review*, Volume 1, 2016  
Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013

<sup>23</sup> Mekari Klik Pajak, "Apa Itu Royalti Dan Contoh Cara Perhitungannya", <https://klikpajak.id/blog/royalti/>, diakses pada 15 Juli 2024.

<sup>24</sup> Pasal 87 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

- Affa Intellectual Property Rights, “Siapa Saja Pemegang Hak Cipta Dalam Industri Film Menurut UU Hak Cipta?”, <https://affa.co.id/siapa-saja-pemegang-hak-cipta-dalam-industri-film-menurut-uu-hak-cipta/> diakses pada 10/08/2024
- Bagus Fauzan et al., “Perlindungan Hak Cipta Sinematografi Pada Medium Internet Menurut Beijing Treaty Dihubungkan Dengan Sistem Hukum Indonesia,” *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad*, Vol.5, No.3, 2019
- Didi Sukhat “Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Film Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Yang Dilakukan Situs Penyedia Layanan Film Streaming Gratis Di Internet” Vol.5, No.11, 2016
- Eddy Damian, *Hukum Hak Cipta*, PT.Alumni, Bandung, 2009
- Kamus Bahasa Inggris Oxford
- Lathifah Hanim, “Perlindungan Hukum Haki Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia”, <https://media.neliti.com/media/publications/12284-ID-perlindungan-hukum-haki-dalam-perjanjian-waralaba-di-indonesia.pdf>
- Maria Rustati, *Perjanjian Waralaba Dalam Hukum Perikatan dan Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak*, PT. Alumni, Bandung, 2006
- Mekari Klik Pajak, “Apa Itu Royalti Dan Contoh Cara Perhitungannya”, <https://klikpajak.id/blog/royalti/>, diakses pada 15 Juli 2024
- Putu Ayu, Ida Ayu, "Pengaturan Bentuk Dan Syarat Sahnya Perjanjian Lisensi Hak Cipta”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 9 No. 7, 2021
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2007
- Sudjana, “Pembatasan Perlindungan Kekayaan Intelektual (Hak Cipta) Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia”, *Jurnal HAM*, Vol. 10, No. 1, 2009
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009