



E-NISN : 2614-2643

P-NISN : 2541-7037

Journal Equitable

Vol. 7 No 2
2022

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HKI) DALAM KEMITRAAN VIRTUAL HOTEL OPERATOR (VHO)

Zeehan Fuad Attamimi

Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia, zeehanfuadattaimimi@ump.ac.id

Fadhil Umar

Universitas Diponegoro, Indonesia, fadhilumar@students.undip.ac.id

Abstract

The hotel business has developed using a modern cooperation system called the Virtual Hotel Operator (VHO). VHO places its brand name in its partner hotels, so that there is a dualism of a brand that can be known by the public, namely the VHO brand and the personal Hotel brand. The purpose of this study is to examine and analyze the juridical review of Intellectual Property Rights (IPR) in the Virtual Hotel Operator (VHO) partnership. This research is a normative juridical method or a doctrinal legal research method, using a statutory approach and a conceptual approach. The form of partnership carried out by Virtual Hotel Operators (VHO) in Indonesia contains elements of IPR in it, therefore it is necessary to pay attention to the cause and effect of an agreement made by both parties.

Keywords: Intellectual Property Rights (IPR), Hospitality Industry, Virtual Hotel Operator (VHO)

Abstrak

Bisnis pada hotel terdapat perkembangan dengan menggunakan sistem kerjasama modern yang disebut Virtual Hotel Operator (VHO). VHO menempatkan nama brandnya dalam hotel mitranya, sehingga terdapat dualisme brand yang dapat dikenal masyarakat yaitu brand VHO dan brand Hotel pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis tinjauan yuridis terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO). Penelitian ini adalah metode yuridis normatif atau metode penelitian hukum yang bersifat doctrinal, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bentuk kemitraan yang di lakukan oleh Virtual Hotel Operator (VHO) di Indonesia terdapat unsur HKI di dalamnya oleh sebab itu perlu memperhatikan sebab akibat dari sebuah perjanjian yang di lakukan oleh kedua belah pihak.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Industri Perhotelan, Virtual Hotel Operator (VHO)



A. Pendahuluan

Sejarah perkembangan industri perhotelan di Indonesia dimulai dari setelah periode pemerintahan Orde Baru, pembangunan dan kehadiran hotel di Indonesia jauh berkembang pesat. Terutama setelah masuknya beberapa *chains 'management'* hotel international yang banyak merambah ke kota-kota besar di Indonesia. Hal ini menjadi satu tolak ukur sejarah baru untuk Hotel di Indonesia.¹

Hotel merupakan salah satu fasilitas dari industri besar pariwisata, keberadaannya menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam pengembangan industri pariwisata. Daerah-daerah yang menjadi tujuan wisata menempatkan fasilitas penginapan ini menjadi bagian prioritas setelah pengembangan destinasi pariwisata. Pertumbuhan fasilitas hotel di Indonesia terus meningkat seiring dengan pengembangan

destinasi pariwisata di tanah air.² Hotel merupakan suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial.³ Perkembangan pariwisata yang semakin pesat berpengaruh terhadap industri perhotelan. Industri perhotelan hadir untuk memenuhi kebutuhan di sektor pariwisata dari segi akomodasi.⁴ Dewasa ini, industri perhotelan bukan hanya sebuah bisnis yang menawarkan suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa penginapan yang dikelola secara komersial.⁵

Industri perhotelan termasuk dalam jaringan industri pariwisata. Hal ini dikarenakan Industri perhotelan merupakan suatu industri besar yang menyangkut dengan bidang usaha lainnya. Industri perhotelan akan semakin berkembang jika didukung dengan bidang usaha lainnya. Bidang-bidang usaha yang turut serta mendukung berkembangnya usaha perhotelan yakni agen perjalanan, restoran,

[pertumbuhan-pariwisata](#) diakses pada 12 Desember 2020

⁴ Fitri Kusumawati, Tren Virtual Hotel Operator (Who) Di Yogyakarta (Studi Kasus Hotel PT. OYO INDONESIA), Jurnal Media Wisata, Volume 18, Nomor 8, Mei 2020, hlm. 91.

⁵ Darma, G.S. *Seuntai Pesan, Menjawab Zaman*. (Indonesia: Pustaka Larasan Press, 2018).

¹ <https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/01/sejarah-perkembangan-hotel-di-indonesia/> diakses pada 12 Desember 2020

² Abdul Mujib, Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia, *Asy-Syir'ah Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 50, No. 2, Desember 2016, hlm. 6.

³ <https://nscpolteksby.ac.id/detailberita-334-industri-perhotelan-sebagai-penyokong->



transportasi, dan sebagainya. Industri perhotelan dan bidang usaha yang mendukungnya termasuk kedalam kelompok *hospitality industry*. Kelompok tersebut sebagai penunjuk bahwa dalam industri perhotelan sebagai bidang usaha jenis jasa/pelayanan melekat dan tidak dapat dipisahkan dari bidang usaha lain pendukungnya.

Menurut Sulastiyono mendefinisikan pengertian hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.⁶

Maka dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu bisnis dalam industry perhotelan yang memberikan tempat singgah sementara dengan memberikan pelayanan penuh kepada konsumen dan mendapatkan *feedback* dari layanan tersebut berupa pembayaran,

komentar, sehingga meningkatkan rating dan menunjukkan kualitas dari suatu hotel.

Bisnis pada hotel terdapat perkembangan dengan menggunakan sistem kerjasama modern yang disebut Virtual Hotel Operator (VHO). Pelaku usaha yang telah mempunyai bisnis hotel yang belum berkembang dalam teknologi atau Masyarakat yang ingin memulai bisnis hotel dengan melihat perkembangan pada bisnis hotel yang semakin canggih dan efisien sehingga minat untuk membuka dan menjadikannya peluang bisnis sangat besar. Oleh karena itu, untuk membuka bisnis hotel dengan kerjasama dengan Virtual Hotel Operator (VHO) sangat diminati untuk para pelaku usaha di industri perhotelan saat ini. Virtual Hotel Operator (VHO) merupakan suatu sistem yang memiliki aplikasi tersendiri yang memberikan pelayanan secara virtual atau internet jarak jauh sehingga memudahkan para tamu untuk memesan dengan beberapa pilihan type kamar, fasilitas kamar dan jumlah tamu, membatalkan, hingga memberikan komentar atau rating selama

⁶Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri manajemen Usaha Jasa*

Sarana Pariwisata dan Akomodasi. (Bandung : Alfabeta, 2011). Hlm. 5



pengalaman menginap di hotel tersebut. VHO memberikan sarana berupa neon box yang diletakkan dan bersamaan dengan nama hotel didepan hotel untuk menunjukkan bahwa hotel memiliki kerjasama dengan salah satu VHO. Virtual Hotel Operator (VHO) di Indonesia sebagai berikut Airy Rooms, RedDoorz, OYO Room, Nida Rooms, dan Zen Rooms.

VHO merupakan perusahaan yang tidak memiliki bangunan hotel sendiri namun dapat menjual berbagai kamar dengan cara bekerjasama dengan berbagai akomodasi. Perusahaan VHO akan *me-rebranding* beberapa kamar akomodasi yang menjadi mitranya dan dijual dengan nama VHO tersebut. Biasanya kamar-kamar yang dijual dan di rebranding oleh VHO ini adalah kamar-kamar yang sulit dijual oleh para akomodasi. VHO pada umumnya berfokus pada penyediaan budget hotel atau dapat dikatakan hotel dengan harga terjangkau dengan fasilitas standar yang memadai.⁷

Hadirnya VHO mempengaruhi jumlah pemesan hotel melalui daring (dalam

jaringan) di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah pemesan hotel melalui daring di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 14,5 juta pengguna dengan angka penetrasi 5,5%. Jumlah ini mengalami peningkatan pada tahun 2018, yaitu mencapai 15,7 juta pengguna dengan angka penetrasi 5,9% dan 16,9 juta pengguna pada tahun 2019 dengan angka penetrasi 6,3%. Jumlah ini diproyeksikan meningkat cukup drastis pada tahun 2020, yaitu berada di angka 18 juta pengguna dengan angka penetrasi 6,6%, kemudian 18,9 juta pengguna pada tahun 2021 dengan angka penetrasi 6,9%, 19,6 juta pengguna pada tahun 2022 dengan angka penetrasi 7,1%, dan 20,1 juta pengguna pada tahun 2023 dengan angka penetrasi 7,2%.⁸

Kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO) memiliki sistem kemitraan hampir sama dengan sistem bisnis pada waralaba. Sistem bisnis waralaba memiliki keunikan khas bahwa semua sistem yang meliputi nama, bahan baku, proses produksi, penentuan harga hingga pemasaran mengikuti sistem

⁷ Yofana Virgianne, Ni Made Ariani, dkk. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di AiryRooms Kecamatan Kuta*

Bali. Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas Vol. 3, No. 1, April, 2019, hlm. 109.

⁸ <https://www.bps.go.id/> diakses pada 10 November 2020.



pada bisnis waralaba tersebut. Melihat dengan model bisnis waralaba ini, waralaba dapat dikatakan sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan royalty atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba.⁹

Bisnis waralaba dapat dijumpai pada bisnis makanan minuman berupa café, restoran bahkan usaha kecil mandiri, rumah sakit, dan hotel. Bisnis hotel termasuk dalam jenis bisnis property sebagaimana disebutkan oleh Urban Land Institute (ULI) dan *PricewaterhouseCoopers* (PwC) dengan judul

“Emerging Trends in Real Estate Asia Pasific 2014” : *Hotel- while hotels ranked fifth for investment potential, the sector is still seen as general solid, due to a rapidly growing tourism industry and relavitely high yields.*¹⁰

Hotel menempati peringkat kelima untuk potensi investasi, sektor ini dapat dikatakan berhasil meminat para pelaku bisnis untuk memilih investasinya dalam bisnis properti, karena industri pariwisata yang berkembang pesat dan hasil yang sangat tinggi menjadikan bisnis properti hotel sangat berkembang pesat. *The hotel sector of the travel industry is the leader according to the indicator of economic growth, which is observed in both developed and developing countries. Even under the economic instability and global natural disasters, the industry has seen growth in recent years. The franchising model for expanding activities is central to all successful hotel chains.*¹¹

Permasalahan yang ditemukan dari berkembangnya sistem dengan hadirnya Virtual Hotel Operator (VHO) pada bisnis

⁹ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2003), hlm. 5.

¹⁰ Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*. (Jakarta: PT. Gramedia, 2007), hlm. 5.

¹¹ Oleksandr P. Krupskyi,etc “*Franchising model for expansion of the international travel business*”, *Problems and Perspectives in Management*, Issue 4 Volume 15, 2017.



hotel semakin kompleksnya permasalahan dalam dunia bisnis. Terjadinya permasalahan dapat terjadi dari pengelola yaitu Hotel dan pengembang yaitu VHO. VHO menempatkan nama brandnya dalam hotel mitranya, sehingga terdapat dualisme brand yang dapat dikenal masyarakat yaitu brand VHO dan brand Hotel pribadi. Kemitraan dengan VHO dilakukan kerjasama oleh hotel kepemilikan pribadi. Maka oleh dari itu, perlunya meninjau secara yuridis terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO) yang mana dalam hal ini sistem kemitraan hampir sama dengan sistem bisnis pada waralaba tersebut tetapi pada dasarnya berbeda dalam hal penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO) dengan waralaba.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Tinjauan yuridis terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO).

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis tinjauan yuridis terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO)

D. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *doctrinal* atau penelitian yuridis normatif. Pada penelitian *doctrinal* ini, penulis menggunakan pendekatan normatif atau peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.¹²

Pendekatan normatif merupakan pendekatan yang mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan, sedangkan pendekatan konseptual merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami terkait teori,

¹² Suteki & Galang Taufani. Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik), (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), h. 148



konsep-konsep yang dapat dijadikan landasan dari penelitian saat ini.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari lapangan. Data sekunder ini terbagi atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer adalah bahan hukum/data yang sifatnya mengikat seperti Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 60/M-DAG/PER/9/2013 tentang Kewajiban Penggunaan Logo Waralaba dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan bahan hukum primer lainnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang sifatnya memberikan kejelasan terhadap bahan hukum primer, contoh bahan hukum sekunder adalah buku-buku, jurnal-jurnal, ataupun hasil penelitian terdahulu. Sedangkan bahan hukum tersier adalah bahan hukum/data tambahan yang lebih memperjelas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, contoh bahan hukum

tersier adalah kamus-kamus serta media online.

Data sekunder di atas diperoleh melalui teknik pengumpulan studi kepustakaan atau *library research*. Teknik pengumpulan data ini dimaksudkan agar dapat membantu penulis nantinya untuk memilah dan mengelompokkan data-data kedalam jenis bahan-bahan hukum yang sudah ada.¹³

Pengelompokan data sekunder ini bertujuan untuk memudahkan penulis dalam menganalisis data. Analisis data pada penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu prosedur analisis komprehensif yang bertujuan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau kalimat tertulis dan nantinya dapat membantu penulis menjawab permasalahan serta membuat kesimpulan yang benar.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembahasan berisi kajian teori dan hasil penelitian secara ringkas. Sub judul tidak dibuat dalam bentuk penomoran.

¹³ Zainuddin Ali. *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 2



Tinjauan Umum Tentang Virtual Hotel Operator

Perkembangan teknologi semakin pesat pada era serba modern saat ini atau yang biasa disebut dengan Era Revolusi Industri 4.0. Era Revolusi Industri 4.0 lahir karena perkembangan teknologi yang terus menerus terjadi pada berbagai bidang industri. Teknologi menjadikan sumber utama dalam menjalankan suatu industri dengan konsep menjadikan suatu tenaga industri lebih efektif dan efisiensi. Pada revolusi industri telah mengalami perkembangan pada setiap masanya. Terdapat 4 (empat) masa pada perkembangan yang terjadi dalam revolusi industri yang masing-masing menawarkan revolusi terbaru sebagai berikut:

1. Revolusi Industri 1.0 pertama kali muncul berkembangnya teknologi pada tahun akhir abad ke 18 atau sekitar tahun 1784. Terdapat teknologi yang ditawarkan yaitu: *Mechanization, Steam Power, dan Weaving Loom.*
2. Revolusi Industri 2.0 berkembangnya teknologi pada abad ke-20 atau sekitar tahun 1870. Terdapat

teknologi yang ditawarkan yaitu: *Mass Production, Assembly Line, dan Electrical Energy.*

3. Revolusi Industri 3.0 teknologi yang muncul pada tahun 1970 dengan munculnya *Automation, Computers and Electronic.* Pada masa ini teknologi sudah menggunakan teknologi secara elektronik menggantikan teknologi mesin.
4. Revolusi Industri 4.0 ada lima teknologi yang menjadi pilar utama dalam mengembangkan sebuah industri siap digital, yaitu: *Internet of Things, Big Data, Artificial Intelligence, Cloud Computing dan Additive Manufacturing.*

Dalam survei yang diadakan oleh *World Economic Forum (Future of Jobs Survey 2018)* diketahui bahwa ada 4 teknologi yang akan mendominasi pada tahun 2018-2022 yaitu: *high-speed mobile internet, artificial intelligence, big data analytics, dan cloud technology.* Keempat teknologi tersebut diyakini akan banyak mempengaruhi perkembangan bisnis perusahaan. Sampai tahun 2022, berdasarkan



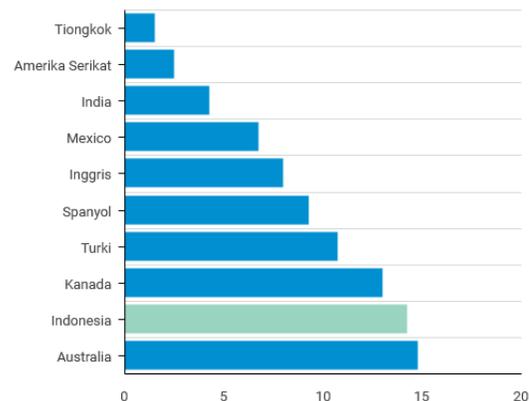
survey tersebut, 92% perusahaan di Indonesia akan mengadopsi penggunaan *big data analytics* sebagai salah satu teknologi utama. Demikian pula, proporsi cukup besar akan terjadi untuk penggunaan teknologi lainnya di *Revolusi Industri 4.0* seperti *internet of things*, *machine learning*, dan *cloud computing*.¹⁴

Perusahaan pada industri perhotelan termasuk mengalami perkembangan teknologi dengan kemunculan Virtual Hotel Operator. Virtual Hotel Operator diciptakan untuk memberikan inovasi terhadap pelayanan pada hotel untuk memberikan kemudahan mengenai identitas hotel, fasilitas hotel yang tersedia, harga, dan penilaian terhadap hotel. Virtual Hotel Operator diciptakan dengan teknologi jaringan online berupa platform. Platform Virtual Hotel Operator sebagai media perangkat lunak yang berguna sebagai wadah yang digunakan untuk menjalankan software secara jarak jauh. Perkembangan teknologi pada industri perhotelan seiring dengan pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Indonesia yang

dikenal sebagai negara pariwisata memiliki destinasi wisata dari setiap daerah. Pada data kinerja pertumbuhan pariwisata dari *World Trade Tourism Council* (WTTC) yang menempatkan Indonesia di peringkat sembilan besar dunia.

Gambar 1

Skor 10 Besar Kinerja Pertumbuhan Pariwisata Dunia



Sumber: World Travel and Tourism Council, 2019

Data perjalanan wisatawan nusantara dan total pengeluaran sepanjang tahun 2013-2017 menunjukkan tren positif pada setiap tahunnya. Demikian pula, data BPS yang mencatat terdapat 250,04 juta perjalanan pada 2013 dan meningkat 20 juta perjalanan menjadi 270,2 juta perjalanan pada 2017 dengan total pengeluaran mencapai Rp 253,45 triliun.¹⁵

¹⁴<https://www.unida.ac.id/teknologi/artikel/trend-teknologi-revolusi-industri-40.html>.

¹⁵<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5e9a57afa1f45/memajukan-perhotelan-di-era->



Seiring dengan berkembangnya pariwisata dan meningkatnya wisatawan nusantara hingga mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, Virtual Hotel Operator diciptakan untuk memberikan akomodasi bagi wisatawan dengan memberikan tempat dengan harga terjangkau dengan melakukan ajakan kerjasama dengan hotel atau wisma di daerah wisata tersebut. Para wisatawan dapat dengan mudah memesan dari kejauhan tanpa harus mendatangi langsung seperti sistem lama. Bagi para pemilik hotel atau wisma pun dapat meningkatkan pendapatan dan jumlah pengunjung tamu. Macam-macam Virtual Hotel Operator yang terdapat di Indonesia sebagai berikut:

Tabel. 1

ZenRooms	OYO Rooms	RedDooz	Airy Rooms
Asal Singapura	Asal India	Asal Singapura	Asal Indonesia

Didirikan tahun 2015	Didirikan tahun 2013	Didirikan tahun 2015	Didirikan tahun 2015
Pendiri Kiren Tanna dan Nathan Boubilil	Pendiri Rotes Agarwal	Pendiri Amit Saberwal	Pendiri Alvin Kumarga
Estimasi harga kamar mulai Rp.123.000 per malam	Estimasi harga kamar mulai dari Rp.150.000 per malam	Estimasi harga kamar Rp.125.000- Rp.220.000 per malam	Estimasi harga kamar Rp.150.000 per malam
Bekerjasama dengan lebih dari 1.000 mitra hotel	Bekerjasama dengan lebih dari 30 pengelola properti,	Memiliki lebih dari 500 properti dan telah melayani lebih dari	Memiliki lebih dari 1.000 kamar, namun akibat pandem

[digital-untuk-pemberdayaan-ekonomi-daerah diakses pada 20 Februari 2021](#)



budget dengan jumlah kamar terdaftar lebih dari 7.000	dengan 1.000 kamar di Jakarta, Surabay a, dan Palemba ng.	700.000 kamar	i yang terjadi di Indones ia perusah aan ini mengal ami gulung tikar.
--	--	------------------	---

Sumber: Alenia.id

Tinjauan yuridis terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO)

Virtual Hotel Operator (VHO) termasuk jenis bisnis kerjasama yang berbeda dengan jenis bisnis waralaba lainnya. Hal ini dapat dilihat bahwa kerjasama antara pihak hotel dan pihak Virtual Hotel Operator (VHO) yaitu dengan cara mengontrak beberapa kamar yang terdapat pada hotel, kemudian semua fasilitas layanan yang ada pada kamar tersebut dikendalikan oleh dan atas nama salah satu Virtual Hotel Operator (VHO) tersebut. Kehadiran VHO harus juga memiliki Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

yang tidak hanya menumpang pada nama hotel mitranya tetapi harus memiliki izin sendiri yang tercantum dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata, yang kini telah diubah menjadi Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.

Model *Management franchise* (Manchise) merupakan model yang digunakan pada bentuk kerjasama antara hotel dengan VHO. Hotel memberikan urusan manajemennya pada VHO dengan mendesain ulang interior kamar yang dipilih, seluruh pelayanan fasilitas atas nama brand dari VHO dan dalam aplikasi yang terdapat pada VHO nama hotel menjadi atas nama brand VHO juga, sehingga akan ada dualitas brand yang akan terjadi. VHO memiliki keunggulan dalam harga yang lebih terjangkau yang sudah mendapatkan kenyamanan dan pelayanan yang baik sehingga banyak diminati konsumen. Permasalahan yang terjadi dalam mitra kerjasama ini dalam penentuan harga lebih dikendalikan oleh VHO. Dalam aplikasi harga menjadi lebih terjangkau konsumen tetapi sebelum



dipasarkan pemilik hotel harus memberikan harga yang lebih rendah. Sehingga, harga menyebabkan pihak hotel tidak diuntungkan dengan harga murah ini.

Peninjauan hukum terhadap pelaksanaannya dalam sebuah perjanjian kerjasama usaha bidang jasa penginapan di negara Indonesia perlu adanya perhatian secara khusus, agar tercapainya sebuah rasa keadilan oleh kedua pihak yang melaksanakan perjanjian secara langsung, oleh sebab itu penulis perlu menguraikan akan perlunya jaminan terhadap regulasi dan hukum yang mengatur terhadap perjanjian kedua belah pihak pada system pemakaian nama Brand Virtual Hotel Operator (VHO) pada Industri hotel kepemilikan pribadi tersebut.

Jika melihat uraian tersebut di atas maka penulis menguraikan sebagai berikut ini,

a. Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual atau disingkat HKI adalah hak yang timbul atas hasil olah pikir otak manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Secara umum dapat dikatakan bahwa obyek yang diatur dalam HKI adalah

karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Kemampuan intelektual ini melahirkan suatu karya-karya di berbagai bidang seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, lagu, karya tulis dan lain-lain yang berguna untuk manusia. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) terbagi menjadi dua kategori, yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri.

Hak Kekayaan Industri adalah hak yang mengatur segala sesuatu milik perindustrian, terutama yang mengatur perlindungan hukum. Hak Kekayaan Industri terdiri dari hak:

- a. Paten
- b. Merek
- c. Desain Industri
- d. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- e. Rahasia Dagang
- f. Varietas Tanaman

Di Indonesia apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual masih rendah, sehingga masih ada yang menganggap hak kekayaan intelektual



ini tidak dibutuhkan. Padahal kenyataannya hak kekayaan intelektual ini berguna untuk melindungi pengusaha dari kemungkinan penggunaan hak miliknya tanpa izin. HKI berguna dalam kehidupan manusia serta menunjang perekonomian. Masyarakat yang menciptakan HKI dapat menggunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Misalnya menciptakan sebuah alat yang berguna untuk kemajuan teknologi, penamaan merek dari sebuah produk, desain sebuah produk, dan lain sebagainya, yang perlu dilindungi agar tidak dimanfaatkan oleh orang lain demi keuntungan sendiri dan merugikan pemilik hak tersebut.

b. Merek

Zaman ini hampir semua produk yang dipakai baik barang maupun jasa tidak terlepas dari yang namanya merek. Merek sangat penting sekali di dunia usaha perdagangan, dengan adanya merek maka bisa membedakan antara barang yang satu dengan lainnya. Merek juga memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa. Sehingga tidak hanya berguna bagi pemilik merek tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan suatu mutu barang kepada konsumen.

Pada konsumen, merek diperlukan sebagai pemilihan suatu barang yang akan di beli. Di sisi lain merek berfungsi sebagai bahan promosi bagi pengusaha-pengusaha yang memperjual-belian barang atau jasanya. Promosi ini akan memperluas wilayah perdagangan hingga internasional. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Pasal 1) memberikan pengertian istilah “merek” sebagai berikut:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan arna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/ata jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Berdasarkan pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang dimaksud dengan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf - huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan



perdagangan barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler dari Keller merek adalah “Nama, istilah, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari pesaing.” Dapat disimpulkan bahwa merek adalah tanda pengenal suatu produk untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh seseorang atau badan hukum yang memiliki daya pembeda dan dapat digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Berikut ini adalah data terhadap pelanggaran merek dan HKI

Tabel 2 Permohonan HaKI 2019-2021.

Jenis HKI	Asal	Permohonan		
		2019	2020	2021
Hak Cipta	Luar Negeri	139	64	44
	Dalam Negeri	47.93	64.72	83.03
		0	0	4
Desain Industri	Luar Negeri	1.528	1.417	1.409

	Dalam Negeri	2.835	2.551	2.957
Patent	Luar Negeri	1.187	1.462	1.461
	Dalam Negeri	1.599	1.244	1.406
	PCT (entering national phase)	7.165	5.772	6.340
Patent Sederhana	Luar Negeri	99	94	66
	Dalam Negeri	2.474	2.217	3.200
	PCT (entering national phase)	1		
Merek	Luar Negeri	12.40	10.67	10.80
	Dalam Negeri	7	6	0
	Madrid Protocol	71.70	76.23	85.56
		4	7	0
	Luar Negeri	9.630	6.790	
	Luar Negeri			2



Indikasi	Dalam	35	22	26
Geografis	Negeri			

Sumber: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual DITJENKI

Dari data di atas dapat di pahami bahwa pelanggaran terhadap HKI dan Merek masih kerap terjadi, oleh sebab itu perlu adanya sebuah ketegasan di dalam penegakan terhadap pelangarnya di dalam menguji setiap yurisdiksi perundang-undangan di Indonesia.

Maka penulis dalam hal ini mempertegaskan bahwa bentuk kemitraan yang di lakukan oleh Virtual Hotel Operator (VHO) di Indonesia terdapat unsur HKI di dalamnya oleh sebab itu perlu memperhatikan sebab akibat dari sebuah perjanjian yang di lakukan oleh kedua belah pihak.

F. Penutup

Permasalahan yang terjadi pada bisnis kemitraan model *management franchise* (Manchise) ini. Peran Pemerintah sangat diperlukan dalam mendukung industri perhotelan. Mengingat industri perhotelan sangat berkembang pesat seiring bertambah sektor pariwisata dan canggihnya teknologi.

Perlu adanya undang-undang khusus mengenai pengaturan kerjasama yang dilakukan antara industri perhotelan dengan Virtual Hotel Operator (VHO) agar dapat terjaminnya dan perlindungan hukum yang pasti dalam melakukan kerjasama tersebut. Dalam perjanjian kemitraan perlu untuk mendalami lagi isi perjanjian yang seharusnya sudah menjamin pelaksanaan dan penyelesaian permasalahan pada bisnis kemitraan yang menggunakan sistem Virtual Hotel Operator (VHO).

Maka oleh dari itu, perlunya meninjau perjanjian kerjasama pada bisnis hotel dan Virtual Hotel Operator (VHO) yang dapat dimungkinkan terjadinya kerugian yang diakibatkan pada salah satu pihak ataupun kedua kerjasama tersebut dalam hal ini mengenai penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam kemitraan Virtual Hotel Operator (VHO) untuk memperhatikan perlindungan hukum terhadap pihak pengelola dan pengembang pada industri Perhotelan dengan Virtual Hotel Operator (VHO). Perlindungan hukum kerjasama bisnis diharapkan dapat menjamin hak dan kewajiban apabila adanya terjadi pelanggaran.



Daftar Pustaka

- Abdul Mujib, Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia, *Asy-Syir'ah Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 50, No. 2, Desember 2016, hlm. 6.
- Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. (Bandung : Alfabeta, 2011). Hlm. 5
- Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*. (Jakarta: PT. Gramedia, 2007), hlm. 5.
- Darma, G.S. *Seuntai Pesan, Menjawab Zaman*. (Indonesia: Pustaka Larasan Press, 2018).
- Fitri Kusumawati, Tren Virtual Hotel Operator (Vho) Di Yogyakarta (Studi Kasus Hotel PT. OYO INDONESIA), *Jurnal Media Wisata*, Volume 18, Nomor 8, Mei 2020, hlm. 91.
- Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 5.
- Oleksandr P. Krupskyi, etc “*Franchising model for expansion of the international travel business*”, *Problems and Perspectives in Management*, Issue 4 Volume 15, 2017.
- Suteki & Galang Taufani. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), h. 148
- Yofana Virgianne, Ni Made Ariani, dkk. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di AiryRooms Kecamatan Kuta Bali*. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas* Vol. 3, No. 1, April, 2019, hlm. 109.
- Zainuddin Ali. *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 2
- <https://www.unida.ac.id/teknologi/artikel/trend-teknologi-revolusi-industri-40.html>.
- <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5e9a57afa1f45/memajukan-perhotelan-di-era-digital-untuk-pemberdayaan-ekonomi-daerah> diakses pada 20 Februari 2021



E-NISN : 2614-2643

P-NISN : 2541-7037

Journal Equitable

Vol. 7 No 2
2022

<https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/01/sejarah-perkembangan-hotel-di-indonesia/> diakses pada 12 Oktober 2022

<https://nscpolteksby.ac.id/detailberita-334-industri-perhotelan-sebagai-penyokong-pertumbuhan-pariwisata> diakses pada 12 Oktober 2022

<https://www.bps.go.id/> diakses pada 10 Oktober 2022.