

BAB I

UPAYA DAN AKIBAT HUKUM TERHADAP PENOLAKAN IZIN DALAM PERJANJIAN WARALABA

1. Latar belakang masalah

Indonesia sebagai negara berkembang akan selalu mengalami berbagai perubahan stabilitas politik, hukum, perekonomian, dimana hal itu akan membawa akibat pada pola kehidupan masyarakat. Pada tiap perubahan belum tentu menghasilkan sesuatu yang menguntungkan sehingga sering kali terjadi rasa cemas pada masyarakat untuk melindungi dirinya dari akibat yang tidak diinginkan akan adanya perubahan tersebut. Masyarakat merupakan salah satu bagian dari negara seharusnya tidak berfikir negatif karena dalam kondisi yang tertekan dan diperlakukan dengan tidak adil, maka naluri akan muncul suatu keinginan untuk bisa bertahan, dengan cara selalu berjuang dan berusaha dengan keras untuk terus maju agar dapat menuju ke kondisi yang jauh lebih baik.

Ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berarti dalam meningkatkan taraf kehidupan, peradaban, martabat, dan memberikan kontribusi bagi masyarakat. Titik berat pembangunan nasional di negara kita adalah dalam bidang perekonomian, dimana aspek yang berkaitan dengan dunia perekonomian juga harus dapat menunjang kemajuan di bidang itu, misal dalam bidang hukum, yaitu adanya peranan pemerintah dengan penataan hukum yang mengatur aktifitas ekonomi, sedangkan pada pelaku ekonomi yaitu dengan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk mengembangkan kebiasaan yang berlaku sehingga dapat muncul gagasan baru.

Dalam pertumbuhan perekonomian, suatu investasi (penanaman modal) adalah mata rantai yang tidak dapat diputus begitu saja dari keseluruhan aktifitas perekonomian. Kebijakan investasi untuk menentukan suatu politik hukum negara, sedang fungsi *social engineering* atau *prescribing rules* adalah untuk menciptakan harmoni. Investasi dapat dilakukan oleh investor asing maupun investor dalam negeri. Pola investasi dibagi menjadi investasi langsung (*direct investment*) dan investasi tidak langsung (*indirect investment*). Investasi langsung adalah bentuk penanaman modal yang diikuti dengan keterlibatan secara langsung dalam pengelolaan perusahaan. Investor sekaligus juga menentukan kebijakana (*policy*)

perusahaan dalam pengelolaan tiap hari maupun pada pengembangan jangka panjang. Adapun ciri khusus dari investasi langsung menurut Budhijanto¹ adalah :

1. Pendirian perusahaan
2. *Equity (value of property, share, ownership)*
3. Me-*Manage* sendiri
4. Resiko langsung

Sedangkan dalam investasi tidak langsung (*indirect investment*), investor tidak terlibat langsung dalam aktifitas investasinya, misalnya bidang usaha lisensi/waralaba (*franchise*) dan investasi di pasar modal (*portfolio investment*). Bentuk investasi tidak langsung merupakan alternatif di dalam rangka untuk mengurangi resiko kerugian perusahaan akibat kebijakan politik negara, stabilitas keamanan, biaya transportasi yang tinggi, kebiasaan atau budaya setempat, dan aturan hukum yang berlaku yang menyulitkan investasi tersebut.

Beberapa tahun ini, salah satu bentuk investasi tidak langsung yang booming di masyarakat adalah lisensi dan/atau waralaba. Dengan melalui lisensi, waralaba diharapkan ada peluang bisnis yang menjanjikan dan bisa mengurangi kerugian. Berbicara lisensi dan waralaba, tidak terlepas dari pengetahuan tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HAKI). HAKI terdiri dari lingkup: merek, rahasia dagang, hak cipta, desain industri, paten, logo.

Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 *Pasal 1 angka 13 " Lisensi adalah izin yang diberikan pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruhnya atau sebagian dari jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu pula."* Singkatnya, lisensi merupakan bentuk pengembangan usaha yang melibatkan pemberian izin untuk memanfaatkan, menggunakan, maupun melaksanakan HAKI dari milik pemberi lisensi.

Dalam bentuknya yang sederhana, lisensi diberikan dalam bentuk hak untuk menjual produk barang dan/atau jasa dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa yang dilindungi. Dengan adanya lisensi, pihak yang tidak mempunyai HAKI dapat melakukan perbuatan atas kekayaan intelektual itu, tentunya dengan adanya perizinan dan syarat-syarat yang mengikutinya, dimana apabila tanpa adanya izin tersebut maka perbuatan itu dapat dikatakan melawan hukum.

¹ Budhijanto, *Hukum Investasi*, Refika Aditama, Bandung, 2010, h.3

Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 1 angka 1 : " 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 dipergunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.* "

Iman Sjahputra Tunggal menggolongkan 3 (tiga) sistem waralaba, yaitu:

1. *Trade Mark/trade name franchise*
2. *Product distribution franchise*
3. *Business format franchise*²

Pada sistem *Trade Mark*, pemberi waralaba memberikan penerima waralaba hak untuk memproduksi produk dengan menggunakan *brand name, trade name, trade mark, logo, caricature* yang dimiliki oleh pemberi waralaba untuk tiap area. Tipe waralaba ini terkenal pada industri pembotolan minuman ringan Coca-Cola. Pada sistem *product distribution franchise*, memberikan penerima waralaba hak untuk menjual dan mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh pemberi waralaba. Tipe waralaba ini terkenal pada industri otomotif dan stasiun pengisian bahan bakar (Shell, Petronas). Pada sistem *Business format franchise*, penerima waralaba tidak hanya diberi hak untuk menggunakan brand name atau untuk mendistribusikan barang produksi pemberi waralaba, tetapi juga hak untuk menduplikasi seluruh sistem usaha seperti yang dipraktekkan oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam jaringan kerja usaha yang sama.

Pemberi waralaba bertanggung jawab untuk menyiapkan penerima waralaba mulai konsep pengembangan dan pemilihan lokasi, sampai manual operasi, pelatihan, sistem akuntansi, paket advertensi, dan bantuan pengembangan usaha yang berkelanjutan. Contoh dari tipe ini adalah McDonald's.

Di Indonesia, waralaba banyak diadopsi dalam bisnis keseharian dengan bentuk mulai dari yang paling sederhana. Mulai dari kelas kaki lima bahkan sampai di pusat perbelanjaan/mall seringkali kita jumpai sistem waralaba *trade mark/trade name franchise*. Dengan bermodalkan gerai/stan yang sederhana saja bahkan hanya berupa gerobak saja, sudah bisa melakukan bisnis waralaba, dan jauh dari kesan waralaba yang penuh dengan berbagai macam syarat yang wajib dipenuhi. Objek

² Iman Sjahputra Tunggal, *Franchising : Konsep dan Kasus*, Harvindo, Jakarta.2005, hlm.11

trade mark/trade name franchise adalah merek. Sebagai bagian dari HAKI, merek digolongkan ke dalam *Industrial Property Rights*.

Merek merupakan benda tidak berwujud dan memiliki nilai komersial yang sangat tinggi. Di masyarakat, banyak beredar merek dagang yang mempunyai kesamaan satu dengan yang lainnya, sehingga hal ini dapat mengacaukan paradigma konsumen, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi dunia persaingan usaha. Maka dari itu diperlukan perlindungan hukum dan pengaturannya.

Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri atas merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Menurut Pasal 41 ayat (2) UU Tentang Merk menentukan "*Hak atas merek dapat dialihkan dan beralih melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian, dan sebab lain yang dibenarkan oleh perundang-undangan.*" Meskipun hak atas merek akan muncul setelah merek yang bersangkutan terdaftar dalam Daftar Umum Merek, akan tetapi perlindungan hukum bagi pemilik merek telah muncul sejak dipenuhinya beberapa persyaratan dalam pendaftaran merek. Syarat utama agar suatu merek mendapatkan perlindungan hukum adalah dengan pendaftaran merek terlebih dahulu baik pada lingkup nasional maupun internasional.

Pada Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (*selanjutnya disebut UU Merk*), dalam Bab IV diatur mengenai proses dan jangka waktu dari permohonan pendaftaran merek. Suatu merek baru dapat terdaftar dan dapat diterbitkan sertipikat merek oleh Kantor Merek dalam jangka waktu kurang lebih 14 (empat belas) bulan 10 (sepuluh) hari, dimana ketentuan tersebut dihitung mulai awal saat permohonan pendaftaran dengan syarat tidak ada kendala berupa keberatan-keberatan dari pihak lain. Namun prakteknya, jangka waktu itu bisa lebih lama dari ketentuan tersebut.

Contoh hambatan-hambatan dalam proses pendaftaran merek antara lain ialah jangka waktunya yang lama, bahkan bisa dikatakan lebih lama dari jangka waktu yang telah diatur dalam ketentuannya. Dengan kata lain, proses bisnis yang semestinya bisa dilaksanakan oleh calon pemegang merek dengan efisien waktu menjadi tidak efisien oleh karena hak merek baru muncul setelah dikabulkannya permohonan pendaftaran merek yang bersangkutan. Pendaftaran yang dilakukan oleh pihak franchisor (pemilik), pada faktanya seringkali tidak semudah yang

dibayangkan baik pada segi jangka waktunya maupun dari segi institusi yang berwenang untuk itu , yang dalam hal ini adalah Dirjen HAKI.

Di sisi lain, pelaksanaan waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 10 ayat (1) "*Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba.*" dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 11 ayat (1) "*Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian Waralaba.*" sehingga mempunyai arti bahwa sifat pendaftaran waralaba adalah wajib.

Seringkali pemilik merek (franchisor), baru merasa perlu untuk mendaftarkan mereknya bilamana dalam perjalanan bisnisnya (praktek lapangan) ternyata produk dan/atau jasa yang dihasilkan mendapatkan respon yang sangat positif dari berbagai pihak dan menguntungkan, serta dengan sendirinya muncul berbagai macam tawaran kerjasama dari pihak-pihak yang berminat untuk bermitra dengan pemilik merk tersebut.

2. Rumusan Masalah

Dari uraian permasalahan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam tesis ini adalah:

1. Adakah upaya hukum bagi calon *franchisee* dengan *franchisor* untuk merealisasi keinginan mereka.
2. Akibat hukum atas perjanjian waralaba antara calon *franchisee* dan *franchisor* apabila pendaftarannya ditolak.

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

▪ Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian tesis ini adalah:

1. Untuk menjawab permasalahan hukum dengan adanya realita dilapangan yang berkaitan dengan waralaba yang ditolak pendaftarannya oleh Dirjen HAKI.
2. Untuk menemukan jalan keluar bagi calon *franchisee* maupun *franchisor* yang sebenarnya beritikad baik.

3. Untuk memberikan masukan atau mengevaluasi substansi ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba yang pada kenyataannya masih belum jelas dan belum terperinci (kabur).
- Manfaat Penelitian
 1. Hasil penelitian tesis ini bermanfaat atau berguna untuk meregulasi Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba.
 2. Dengan adanya peraturan waralaba yang sempurna, maka akan berjalan baik mengingat waralaba adalah suatu bentuk investasi yang sangat menguntungkan dan prospek.

4. Kajian Pustaka

Pasal 1313 KUHPerdara merumuskan definisi perjanjian sebagai berikut: *“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang yang lain atau lebih”*. Awal dari perjanjian lahir lah kewajiban atau prestasi dari satu pihak kepada pihak lain yang harus dipenuhi. Pasal 1320 KUHPerdara menentukan syarat sahnya suatu perjanjian yaitu :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang diperbolehkan.

Syarat ke 1 dan ke 2 di atas dikatakan sebagai syarat subyektif, dimana apabila dalam suatu perjanjian tidak dipenuhi syarat ini maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Sedangkan syarat ke 3 dan ke 4 dikatakan sebagai syarat obyektif, dimana apabila tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

Menurut Pasal 1338 BW disamping membahas mengenai syarat-syarat sahnya perjanjian, dibahas juga mengenai asas-asas yang terdapat dalam perjanjian, yaitu:

1. Asas Kebebasan Berkontrak. Artinya para pihak dapat dengan bebas untuk melakukan kesepakatan dengan siapa saja dan bagaimanapun bentuknya asalkan para pihak memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian. Asas ini diatur dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara.
2. Asas Konsensualitas. Artinya memberikan kesempatan yang seluasnya kepada para pihak untuk membuat perjanjian yang mengikat mereka sebagai undang-

undang sepanjang ada kata sepakat dari pihak-pihak itu. Asas ini diatur dalam pasal 1320 KUHPerdara.

3. Asas Personalia. Perjanjian akan melahirkan hak dan kewajiban diantara para pihak yang membuatnya saja. Artinya, demi hukum akan mengikat para pihak yang membuat suatu perjanjian tersebut.
4. Asas Itikad Baik. Asas ini hanya sebagai bentuk penegasan tentang syarat sahnya perjanjian tidak dengan begitu saja menghilangkan hak dari salah satu pihak dalam perjanjian untuk tetap meminta pembatalan dalam hal perjanjian telah dilaksanakan dengan itikad baik.

Perjanjian waralaba juga harus memenuhi pedoman-pedoman dan syarat dalam perjanjian pada umumnya, sehingga akhirnya menjadi perikatan yang berlaku bagi para pihak yang membuatnya.

Pengertian umum lisensi menurut *Black's Law Dictionary* adalah

"A personal privilege to do some particular act or series of acts.." atau *"The permission by competent authority to do an act which, without such permission would be illegal, a trespass, a tort, or otherwise would not allowable"*. Artinya, serangkaian perbuatan yang diberikan oleh mereka yang berwenang dalam bentuk izin.³

Pengertian waralaba dalam *Black's Law Dictionary*, adalah:

"A special privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or services". *"In its simple terms, a franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark"*. *"More broadly stated, a franchise has envolved into an elaborate agreement under which the franchise undertakes to conduct a business or sell a product or servise in accordance with methods and procedures prescribed by the franchisor, and the franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising, promotion, and other advisory services"*.⁴

Waralaba merupakan salah satu bentuk dari lisensi. Lisensi merupakan pemberian hak, dimana pemberian hak ini masih dirasa kurang cukup, apabila pemberi lisensi punya maksud untuk melakukan penyeragaman total yang tidak

³ <http://ayobelajarhukum.wordpress.com/2011/06/23/lisensi/>

⁴ <http://blackslawdictionary.org/franchise/>

hanya berbentuk hak saja, melainkan kewajiban-kewajiban untuk menjalankan segalanya termasuk sistem pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut. Dari situ, muncul lah *Franchise* (waralaba) sebagai bentuk alternatif usaha. Sama halnya dengan lisensi, waralaba tetap juga mengandalkan mitra usaha dalam mengembangkan usahanya melalui tata cara, proses, *code of conduct* dan sistem yang telah ditentukan oleh *franchisor*.

Waralaba sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh *franchisor*, dimana mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan HAKI dari *franchisor*, baik penggunaan merek dagang, hak cipta, desain industri, paten berupa teknologi, dan rahasia dagang. Dari *franchisee*, pihak *franchisor* akan memperoleh royalty atas penggunaan HAKI. Penerima waralaba memperoleh waralaba sebenarnya sama saja dengan membeli sebuah bidang bisnis pada umumnya, akan tetapi berbeda dari bisnis biasa, dimana pemberi waralaba tidak kehilangan, sebaliknya penerima waralaba tidak mengambil alih bisnis yang diwaralabakan. Penerima waralaba tidak dapat menjalankan bisnis yang telah diperolehnya sesuai dengan kehendaknya sendiri. Baik pemberi maupun penerima waralaba, akan memasuki suatu hubungan jangka panjang untuk bisnisnya dapat dikatakan sukses dan berkembang.

Penerima waralaba menjalankan usahanya sendiri dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa tertentu serta dengan memanfaatkan tata cara dan mekanisme yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba. Dari kewajiban tersebut (untuk menggunakan tata cara dan mekanisme) akan berdampak lebih lanjut, bahwa bisnis waralaba adalah usaha yang mandiri yang tidak dapat digabungkan dengan usaha lain milik penerima waralaba. Itu artinya, pemberian waralaba kepada penerima waralaba menuntut suatu eksklusifitas.

Sebenarnya, waralaba merupakan salah satu bentuk dari lisensi, yang membedakannya ialah apabila pada waralaba menekankan adanya kewajiban untuk mempergunakan tata cara, prosedur, dan mekanisme, serta hal lainnya yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif. Pihak penerima waralaba tidak mungkin dapat melakukan kegiatan lain yang sejenis dengan usahanya sehingga dapat dapat menimbulkan persaingan usaha dengan kegiatan usaha waralaba yang telah diperoleh dari pemberi waralaba.

Menurut Gunawan Widjaja, unsur-unsur yang ada dalam lisensi merek adalah:⁵

1. Adanya izin yang diberikan oleh pemegang merek
2. Izin diberikan dalam bentuk perjanjian
3. Izin merupakan pemberian hak untuk menggunakan merek (bukan bersifat pengalihan hak).
4. Izin diberikan baik seluruhnya maupun sebagian dari jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan
5. Izin dikaitkan dengan waktu dan persyaratan tertentu.

Sehingga, waralaba merek lazim disebut dengan istilah lisensi merek dalam prakteknya sehari-hari oleh karena merupakan jenis waralaba yang paling sederhana.

5. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai dalam pembahasan tesis ini adalah yuridis normatif yaitu cara pengkajian dengan studi kepustakaan atau penelusuran pustaka (*law in book*) terhadap obyek penelitian berupa hukum yang bersifat norma (*law in book*) melalui studi pustaka.

Tipe penelitian ini dipilih karena obyek penelitian dalam tesis ini adalah peraturan mengenai Merek yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan dikaitkan juga dengan beberapa peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya dengan perjanjian, perjanjian waralaba, dan merek, serta literatur-literatur yang relevan.

2. Pendekatan masalah

Pendekatan yang dipakai dalam pembahasan tesis ini ada 2 yaitu:

- a. *Statute approach* (pendekatan peraturan perundang-undangan), yaitu pendekatan melalui peraturan perundang-undangan baik berupa undang-undang, peraturan pemerintah maupun peraturan perundang-undangan yang lainnya. Pendekatan ini dipakai karena obyek yang akan diteliti adalah mengenai waralaba merek dalam praktek.
- b. *Conceptual approach* (pendekatan konsep/doktrin), yaitu pendekatan melalui literatur-literatur atau doktrin-doktrin maupun pendapat para sarjana.

⁵ Gunawan Widjaja, *Lisensi merek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 15

Pendekatan ini digunakan untuk mendukung analisa dan untuk membantu penafsiran peraturan perundang-undangan sehingga diperoleh hasil pembahasan yang lebih mantap.

3. Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum utama yang berupa peraturan perundang-undangan yaitu:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
2. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
3. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

b. Sumber Hukum Sekunder

Sumber hukum sekunder yang dipakai adalah:

1. Literatur berupa buku-buku bacaan, jurnal, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan perjanjian waralaba.
2. Teori-teori serta doktrin yang ada dan berlaku

4. Prosedur pengumpulan dan analisis bahan hukum

Penelitian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Bahan hukum primer dikumpulkan dengan cara melakukan inventarisasi terhadap Undang-Undang, setelah itu diambil peraturan/ketentuan yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang akan dibahas. Sedangkan bahan hukum sekunder yaitu bahan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, dikumpulkan melalui studi pustaka.
- Bahan hukum primer dan sekunder yang telah dikumpulkan, selanjutnya disusun secara sistematis kemudian bahan hukum ini dianalisa berdasarkan aturan-aturan hukum yang berkaitan dengan perjanjian waralaba serta dilakukan intepretasi terhadap aturan-aturan hukum yang terkait guna menemukan jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya.

6. Pertanggungjawaban Sistematika

Tesis ini akan terdiri dari 4 (empat) bab yang tiap-tiap bab terdiri dari beberapa subbab. Sistematika selengkapnya sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan.

Bab ini mengemukakan permasalahan yang menjadi pengikatan antara calon *Franchisee* dan *Franchisor* dimana dalam berbisnis waralaba, dimana keluarnya izin merk ada ditangan lembaga Departemen HAKI. Hal ini yang menurut penulis perlu dicermati mengingat dilapangan sering diketemukan telah dilaksanakan perjanjian antara calon *Franchisor* dan *Franchisee* yang telah memiliki bisnis yang daya jualnya tinggi dan menarik untuk dijadikan bisnis waralaba. Namun berakhir dengan penolakan izin oleh Dirjen HAKI. Hal ini tentunya mengundang masalah hukum yang saya ungkapkan dalam tesis ini. Bab ini juga mengupas tujuan dan manfaat penelitian, metoda penelitian yang bersifat yuridis normatif.

Bab ini terdiri dari beberapa subbab, antara lain: latar Belakang, Rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat penulisan, Kajian pustaka, Metode penulisan, Pertanggungjawaban sistematika.

Bab II : Perikatan dalam perolehan *Franchising* beserta akibatnya.

Bab ini membahas tentang upaya hukum yang dapat dilakukan oleh *franchisee* dan *franchisor* dalam merealisasi keinginan mereka. Lebih lanjut dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai sumber hukum perjanjian waralaba khususnya yang menjadikan merek sebagai objeknya, hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee* dalam perjanjian waralaba, dasar hukum waralaba pada saat proses pendaftaran merek sehingga punya kekuatan hukum mengikat untuk para pihak, dan upaya hukum yang dilakukan oleh *franchisee* dan *franchisor* terkait dengan realisasi keinginan mereka dalam melakukan perjanjian waralaba.

Bab III : Upaya Hukum Dalam Merealisasikan *Franchising*.

Bab ini membahas tentang akibat hukum perjanjian waralaba apabila ditolak pendaftaran mereknya. Sifat dari pendaftaran merek adalah dengan melalui permohonan, sehingga masih ada tiga kemungkinan yang dapat terjadi yaitu diterimanya pendaftaran merek, tidak dapat didaftarkan dan harus ditolak pendaftarannya.

Bab IV : Penutup.

Bab ini terdiri dari subbab, antara lain: simpulan dan saran. Simpulan adalah jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan. Setelah terdapat simpulan maka diberikan saran-saran yang relevan.