

**KESETARAAN KEDUDUKAN PERLINDUNGAN
HUKUM PADA FRANCHISOR DAN FRANCHISEE
DALAM PRAKTIK *FRANCHISE (WARALABA)*
DI INDONESIA¹**

Oleh : R. Satria Fitro Ramadhan Yusuf²

Maarthen Y. Tampanguma³

Noldy Mohede⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah praktek perjanjian franchise dalam hal hubungan hukum antara *Franchisor* Pemberi Waralaba dengan *Franchisee* Penerima Waralaba dan sejauh mana kekuatan hukum perikatan dalam kontrak perjanjian *franchise*, dengan metode penelitian yuridis normatif disimpulkan: 1. Praktek perjanjian franchise yang terjadi selama ini seringkali pihak franchisor sebagai pembuat perjanjian menentukan klausula yang menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antara para pihak, hal itu sangat mudah terjadi karena franchisor sudah berpengalaman melakukan perikatan/perjanjian dan dapat dikatakan sudah sangat menguasai konsep kontrak, yang dengan demikian dapat dengan sengaja membuat tambahan beban biaya yang membebankan yang tidak adil dengan pihak Franchisee. Apalagi pihak Franchisee sudah terfokus dengan diterimanya pihak itu sebagai hubungan bisnis dalam Franchisee. 2. Kekuatan mengikat dalam kontrak perjanjian franchise masih terdapat hal-hal yang sensitive. Praktek perjanjian franchise sering dilakukan hanya oleh kedua pihak yaitu franchisor dan franchisee. Bahwa kekuatan mengikatkan suatu perjanjian dapat dilakukan dengan menghadirkan saksi atau mendaftarkan/meregistrasi pada notaris atau pejabat yang ditunjuk oleh pemerintah. perjanjian Franchise pada terutama pihak franchisee masih ada kelemahan seperti perlindungan hukum dalam tindakan yang tidak adil oleh Franchisor, karena meskipun ada ketentuan yang mengatur tentang adanya kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba, namun dalam praktiknya meskipun dalam perjanjian tersebut menunjukkan ketidak adanya keseimbangan, atau dapat saja tidak terlihat atau tidak dapat diperhatikan dengan adanya keuntungan sepihak. Dan ini kemungkinan semakin sering dilakukan kalau pada prakteknya belum ada pengawasan dari

pemerintah.

Kata Kunci: Kesetaraan, Kedudukan, Perlindungan Hukum, Franchisor Dan Franchisee, Praktik *Franchise (Waralaba)*, Di Indonesia

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan masyarakat kodrati memerlukan sandang, pangan, papan, serta membutuhkan kemakmuran dan kesejahteraan. Kesejahteraan dan kemakmuran hanya dapat diperoleh ketika suasana kehidupan sangat mendukung terutama keamanan serta penegakkan hukum yang berjalan dengan baik. Dengan demikian berbagai aktivitas kegiatan dan upaya masyarakat dalam mengisi aspek kebutuhan ekonomi sangat terbuka dan berkesempatan untuk mengembangkan berbagai upaya dalam peningkatan perekonomian perorangan atau kelompok masyarakat. Dinamika model dan strategi bisnis dalam pertumbuhan ekonomi saat ini sangat memberi efek dalam kemajuan pada era globalisasi dengan perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi penopang percepatan berinteraksi dalam pergaulan sosial budaya. Demikian juga pertumbuhan bisnis di Indonesia berkembang pesat layanan berbasis Internet atau *online*, sehingga menuntut adanya adaptasi dalam pengaturan hukum perjanjian. Pentingnya penyesuaian pengaturan hukum perjanjian karena hubungan diantara para pihak pelaku ekonomi semakin berkembang, baik dalam penyediaan barang atau jasa.

Bisnis *Franchise* atau Waralaba sekarang ini mulai banyak di gandrungi, sebab bisnis dengan skema kemitraan dianggap sangat mudah dan tidak membutuhkan biaya yang sangat besar. Ini merupakan suatu cara untuk meningkatkan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada pengusaha kecil maupun menengah untuk berusahan dan menciptakan lapangan pekerjaan. Di Indonesia perkembangan yang cukup menonjol adalah bidang perdagangan yang memiliki tiga system yaitu Produksi, Distribusi dan Konsumsi. Salah satu cara pengembangan distribusi adalah dengan pemberian lisensi sebagai alternative mendekati padan konsumen yang lebih luas. Dengan cara ini akan mengurangi biaya export, juga terhidar dari

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa Fakultas Hukum UNSRAT NIM 15071101281

³ Fakultas Hukum UNSRAT, Magister Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum UNSRAT, Magister Ilmu Hukum

kehilangan produksi akibat resiko pengiriman barang.

Franchise merupakan bagian dari bentuk lisensi, dimana Lisensi menurut Gunawan Widjaja “merupakan suatu bentuk pemberian hak yang sementara dapat bersifat eksklusif maupun bersifat non eksklusif”, selanjutnya dia juga menjelaskan bahwa “Pemberian hak ini kemudian dirasakan tidak cukup, jika pemberi Lisensi bermaksud untuk melakukan ‘penyegaran total’ yang tidak hanya dalam bentuk hak, tetapi juga kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala dan setiap perintah yang dikeluarkan termasuk system pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut”⁵

Franchise telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba menyatakan “Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;”⁶ dan Peraturan Pemerintah ini telah diganti dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dimana Pasal 1 angka 1 mengatakan “ 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”⁷

Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Pasal 1 angka 1 menyatakan “Waralaba (*franchise*) adalah

perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”⁸. Bentuk usaha yang dilakukan pada Franchise ini seperti : rumah makan KFC, Mc. Donald, Bakso Kepala Sapi, swalayan : Indomaret, Alfamaret, AlfaExpress, Giant, Carrefour, Hukum perikatan, merupakan sesuatu yang sah ketika sudah timbul perikatan dimana merupakan Undang-Undang bagi para pihak yang melakukan perjanjian Franchise, tetapi hukum perikatan tidak secara otomatis efektif dapat dipertahankan dikalah sengketa perdata terjadi karena sesuatu hal yang konsep hukum dapat mempengaruhi penegakkan hukum, hal lain yang dapat menimbulkan kendala dalam penyelesaian sengketa perdata khususnya perikatan adalah ketika para pihak membuat perikatan tanpa disertakan pihak berwenang seperti notaris. Beberapa kasus dalam pembuatan perikatan hanya dilakukan oleh para pihak saja

A. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah praktek perjanjian franchise dalam hal hubungan hukum antara *Franchisor* Pemberi Waralaba dengan *Franchisee* Penerima Waralaba.
2. Sejauh mana kekuatan hukum perikatan dalam kontrak perjanjian *franchise*.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor penting dalam penulisan atau penyusunan karya tulis yang bersifat ilmiah agar pengkajian dan penganalisaan terhadap objek studi dapat dilakukan dengan benar. Penggunaan metode dalam penulisan karya ilmiah dapat digunakan untuk menggali, mengolah dan merumuskan bahan-bahan hukum sehingga mendapat kesimpulan yang sesuai dengan kebenaran ilmiah untuk menjawab isu hukum yang dihadapi, sehingga pada akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan akhir yang benar dan dapat dipertanggung-jawabkan secara ilmiah. Setiap

⁵ Gunawan Widjaja, seri hukum bisnis Lisensi atau Franchise, Rajawali Pers, Jakarta 2002, Hlm 5.

⁶ FHUnsrat/pp/pp_16_1997.pdf

⁷ FHUnsrat/pp/pp_42_2007.htm

⁸ Keputusan Menteri Perindustrian dan

Perdagangan Republik Indonesia, Nomor 259/MPP/Kep/7/1997, tanggal 30 Juli 1997, tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usha Waralaba.

penulisan skripsi harus mengandung kebenaran dan dapat dipertanggung-jawabkan secara ilmiah, maka terdapat beberapa metode penelitian yang sistematis dan terarah yaitu tipe penelitian, pendekatan masalah, sumber bahan hukum dan analisa bahan hukum.

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah Yuridis Normatif (legal research). Artinya permasalahan yang diangkat. Dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti Undang-undang, literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁹

2. Pendekatan Masalah

Dalam penelitian hukum terdapat berbagai macam pendekatan yang dapat digunakan untuk menjawab berbagai isu hukum yang diangkat dalam permasalahan untuk dicari jawabannya. Dalam skripsi ini, menggunakan 2 (dua) macam pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (Statue Approach), pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.¹⁰ Dan pendekatan konseptual (Conceptual Approach), yaitu suatu metode pendekatan melalui pendekatan dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat diketemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum.¹¹

3. Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan yang ada dan juga memberikan preskripsi mengenai apa yang seharusnya. Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi bahan hukum primer, dan bahan hukum sekunder,

yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer mempunyai sifat autoritatif, yang artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi:

1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata;
2. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Usaha Tidak Sehat;
3. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan termasuk dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum itu meliputi : buku-buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, dan komentar atas putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder yang dapat dijadikan rujukan adalah bahan hukum yang harus berkaitan dengan pengkajian dan pemecahan atas isu masalah hukum yang dihadapi.¹²

c. Bahan Non Hukum

Bahan hukum sebagai penunjang dari bahan hukum primer dan sekunder, bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder yaitu data yang diambil dari internet, kamus, serta wawancara.¹³ Dalam skripsi ini menggunakan data yang diambil dari internet dan kamus.

4. Analisa Bahan Hukum

⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2010, Penelitian Hukum, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hlm 194.

¹⁰ Ibid, hlm 93

¹¹ Ibid, hlm 137

¹² Ibid, hlm 206

¹³ Soerjono Soekanto, 2006, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, hlm 165

Analisa bahan hukum merupakan suatu cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul untuk mendapatkan suatu jawaban atas permasalahan yang dihadapi. Analisa yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang mengklasifikasi dan menganalisis untuk mendeskripsikan permasalahan-permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta menghubungkan juga data-data lain yang ada. Analisa tersebut diharapkan dapat menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi dan memberikan perspektif mengenai apa seyogyanya.¹⁴

Selanjutnya ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif, yaitu menyimpulkan pembahasan menuju ke hal-hal yang bersifat khusus dan diharapkan memberikan preskripsi tentang apa yang seharusnya diterapkan berkaitan dengan permasalahan yang terkait.

PEMBAHASAN

A. Perjanjian Franchise Dalam Hubungan Hukum Para Pihak

Perkembangan kehidupan masyarakat terkait dengan berbagai macam kebutuhan dan tingkahlaku manusia sangat dinamis. Dalam tatanan pergaulan kehidupan bermasyarakat dapat saja timbul kepentingan-kepentingan dari perorangan atau kelompok sehingga tidak dapat terhindar bahwa kepentingan-kepentingan itu dapat bersinggungan dengan orang atau masyarakat lain.

Marcus Tullius Cicero, dalam ungkapannya "*Ubi Societas Ibi Ius*, yang artinya : dimana ada masyarakat di situ ada hukum"¹⁵. sekelompok kecil masyarakat tinggal di area tertentu, disitu timbul hukum, secara alami melahirkan kesadaran tatakrma dalam pergaulan kelompok tersebut yang mulai dengan kebiasaan kelompok masyarakat dan kemudian disebut adat masyarakat.

Pergaulan kehidupan masyarakat berkembang pesat seiring dengan kebutuhan

ekonomi manusia untuk bisa memenuhi kehidupan yang mapan, sehingga untuk memperoleh kehidupan yang mapan setiap orang berusaha melakukan pekerjaan-pekerjaan yang dapat menghasilkan uang untuk membiayai kebutuhan.

Dalam perkembangan berbagai upaya dalam pertumbuhan usaha bisnis atau dagang banyak model yang terjadi, seperti sekarang ini ada yang dikenal *Franchise*. Franchise (waralaba) secara yuridis baru dikenal pada tahun 1997, dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 tahun 1997. Peraturan ini sudah dicabut dan diganti dengan berlakunya PP No. 42 Tahun 2007. Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa waralaba (franchise) 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.

Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud waralaba (Franchise) suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (franchisor) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu¹⁶.

Hubungan hukum Perikatan diawali dengan kesepakatan yang dituangkan dalam perjanjian yang merupakan dasar hukum antara para pihak dalam franchise ini. Sampai saat ini belum ada aturan khusus mengenai perjanjian franchise di Indonesia. Masuknya perjanjian ini di Indonesia didasarkan pada asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata). Terhadap perjanjian franchise ini berlaku ketentuan umum dalam KUHPerdata berdasarkan Pasal 1319 yang menyebutkan bahwa semua perjanjian baik yang mempunyai nama khusus (nominaat) maupun yang tidak mempunyai nama khusus (innominaat) berlaku KUH Perdata.

Dalam franchise ada dua pihak yang

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, Op. Cit, hlm 35-42.

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, Pengantar Ilmu Hukum (Edisi Revisi), Kencana Prenanda Media Group, Jakarta, 2013, Hlm. 41.

¹⁶<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/>, diunduh pada tanggal 25-11-2021

terlibat yaitu :

- 1) Pemberi waralaba (franchisor) yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba;
- 2). Penerima waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Bisnis model Franchise ini menimbulkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus dari pemilikinya. Adapun yang dimaksud dengan hak atas kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Sedangkan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi. Ketentuan tersebut di atas membawa implikasi bahwa franchise ada kemiripan dengan lisensi (hak atas kekayaan intelektual) khususnya yang berhubungan dengan franchise nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu. Hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk franchise dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan franchise sebagai format bisnis¹⁷.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa franchise tidak diberikan secara cuma-cuma, tetapi selalu ada imbalan tertentu. Berdasarkan pada kompensasi yang dapat diberikan oleh franchisee kepada franchisor, ada dua jenis franchise, yaitu¹⁸

- 1) Kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*)
- 2) Kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and non monetary compensation*), misalnya lumpsum payment (*pre calculated amount*) dan *royalty*.

Perjanjian waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit (Pasal 5 PP 42 tahun 2007):

- 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. Tata cara pembayaran imbalan; Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- i. Penyelesaian sengketa; dan
- j. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Pemberi waralaba berkewajiban:

- (1) memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran. Ayat (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :
 - a. data identitas Pemberi Waralaba;
 - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba;
 - c. sejarah kegiatan usahanya;
 - d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
 - e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
 - f. jumlah tempat usaha;
 - g. daftar Penerima Waralaba; dan
 - h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. (Pasal 7 PP)

¹⁷ Gunawan Widjaja, 2001, Seri Hukum Bisnis Waralaba, Jakarta, PT Raja Grafindo, hlm. 108

¹⁸ Gunawan Widjaya, Loc.Cit.

- (2) memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan (Pasal 8).
- (3) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba.
- (4) Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.

Perjanjian franchise pada umumnya dibuat dalam bentuk baku, yaitu suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh pihak franchisor. Sebagai pembuat perjanjian seringkali franchisor menentukan klausula yang lebih menekankan kewajiban franchisee daripada haknya, dan sebaliknya lebih menekankan pada hak franchisor daripada kewajibannya. Meskipun demikian, sampai saat ini belum ada undang-undang yang mengatur secara khusus tentang perjanjian franchise.

Perjanjian bentuk baku ini dalam perkembangan di masyarakat memang tidak dapat dihindari karena dibutuhkan oleh masyarakat mengingat efisiensi baik dari segi biaya, waktu dan tenaga. Di samping itu, adanya asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338) memungkinkan para pihak untuk menentukan sendiri bentuk dan isi perjanjian, termasuk

perjanjian baku. Dalam praktik, perjanjian franchise seringkali tidak sejalan dengan asas-asas hukum perjanjian (asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, dan asas pacta sunt servanda) yang seharusnya menjadi landasan dalam setiap tahapan perjanjian baik tahap pra kontraktual, kontraktual maupun post kontraktual.

Hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian franchise:

a. Hak Franchisor

- 1) Initial or "up front" fee, yaitu sejumlah uang yang harus diberikan kepada franchisor sebagai bentuk terjadinya atau lahirnya hubungan antara franchisor dan franchisee.
- 2) Continuing Royalties, yaitu kewajiban franchisee membayar jasa selama perjanjian berlangsung. Dalam hal ini ada prosentase tertentu, namun belum ada peraturan yang jelas mengenai besarnya, cara penyerahan, perhitungannya dan sebagainya.
- 3) Others fees.

Selain biaya-biaya di atas, pada umumnya franchisee harus membayar biaya lain seperti training fee, development/option fee, tambahan uang sewa, komisi/pengurangan supplier kepada franchisee, hubungan atas keterlambatan pembayaran biaya audit¹⁹

Dapat dikatakan perjanjian franchise ini merupakan perjanjian lisensi khusus, karena adanya kewenangan dari pihak franchisor terhadap bisnis yang dilisensikan kepada franchisee, sehingga ada pelatihan (training), serta perdagangan dan manajemen, dan penggunaan brand name yang menjadi sandaran bagi franchisee dalam menggunakan franchise milik franchisor. Kewajiban franchisor untuk memberikan berbagai pelatihan kepada franchisee tidak dicantumkan secara tegas, padahal pelatihan merupakan hal utama dalam menjalankan bisnis franchise, karena sangat diperlukan oleh franchisee baik dalam meningkatkan kemampuan franchisee dalam mengelola bisnisnya sesuai dengan standar yang

dan standar yang telah ditetapkan oleh franchisor. Konsep pemasaran yang diberikan oleh franchisor tersebut sebagai sistem yang mencakup hak milik intelektual (intellectual property right), know how yang menyangkut masalah manajemen produksi dan pelayanan yang ditawarkan oleh franchisor terutama dalam pelatihan dan promosi.

¹⁹ Dennis Campbell dan Louis Lafili, 1990, *Distributorships, Agency and Franchising in an International Area: Europe The United States, Japan and Latin America* (The Netherlands, Kluwer Law and Taxation Publisher, Deventer, hlm. 93-94. Secara umum perjanjian franchise merupakan instrument kerja sama dalam hal pemasaran dengan konsep

ditetapkan juga sebagai sarana transfer teknologi.

Teknologi yang ada tersebut melalui technical assistance erat kaitannya dengan kelangsungan produksi. Di sisi lain dalam rangka pengembangan bisnis secara efektif, dan erat kaitannya dengan prinsip bisnis perusahaan tersebut memiliki standar tertentu yang teruji.²⁰

Dalam perjanjian franchise kewajiban franchisor seringkali tidak dicantumkan secara tegas, sehingga seringkali menimbulkan ketidakadilan atau ketidakseimbangan. Dengan alasan untuk menstandarkan bisnis franchise, franchisor dapat menentukan agar franchisee menjalankan ketentuan tersebut tentunya dengan biaya-biaya lain (other fees) yang ditanggung sendiri. Dalam hal demikian franchisee tidak dapat menolak, meskipun seringkali terdapat kewajiban-kewajiban yang sebenarnya tidak diperlukan. Hal ini sangat memungkinkan terjadi karena ketika ada pihak yang baru akan membangun bisnis dengan model Franchise ini tentu akan melakukan permintaan kepada franchisor yang sudah memiliki pengalaman dan konsep kontrak perjanjian dengan mengetahui berbagai strategi yang dapat memberi keuntungan sebesar-besarnya.

Selanjutnya mengenai penentuan wilayah bisnis, berkaitan dengan persaingan bisnis yang seharusnya diatur secara khusus dalam materi perjanjian franchise, namun dalam perjanjian franchise seringkali tidak dicantumkan secara tegas. Hal ini akan memungkinkan terciptanya praktik bisnis tidak sehat (unfair business). Sebagai contoh untuk memutuskan hubungan pihak franchisor mendirikan atau memberikan franchise kepada franchisee lainnya. Hal ini tidak terlepas dari monopoly power dalam perjanjian franchise.

b. Kewajiban Franchisor.

Apabila dilihat dari pengertian franchise maka dapat dilihat bahwa kewajiban franchisor adalah untuk melakukan atau memberikan bantuan teknik (technical assistance), pelatihan (training) dan tenaga kerja, perdagangan dan manajemen (merchandising and management). Kewajiban tersebut bahkan sudah dilakukan

sebelum bisnis dimulai.

Menurut Jenny Barmawi kewajiban yang dibebankan kepada franchisor adalah:

- a. Memberikan izin kepada franchisee untuk mempergunakan :
 1. Merek dagang, logo, dan desain berdasarkan perjanjian lisensi;
 2. Tradeseoret, yaitu franchisor menyampaikan kepada franchisee terhadap rahasia dagang yang dimilikinya hak yang menyangkut spice and formulation (know haow) yang manajemennya (metode operational)
 3. Perlindungan territorial terhadap persaingan antar merek.
- b. Program pelatihan dan tenaga kerja

c. Hak franchisee dalam Perjanjian Franchise

1. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek franchise, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan franchise yang diberikan tersebut;
2. Memperoleh bantuan dari franchisor atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan. Hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek franchise

d. Kewajiban Franchisee

membayar fee kepada franchisor

Ada beberapa keuntungan dari franchisee dalam franchise yaitu²¹ :

- 1) Merek yang terkenal; Standar kualitas

²⁰ Richard D. Robinson, 1998, The International transfer of Technology: Theory, Issue, and Practice, USA: Bullinger Publishing Company, hlm. 14.

²¹ Faisal Santiago, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, Jakarta, Mitra Wacana Media, hlm. 76

serta keseragaman dari produk dan service

- 2) Resep khusus dalam pemasaran, dan pencatatan;
- 3) Saran pemilihan lokasi, desain outlet, pemasaran, dan permodalan;
- 4) Kerangka bisnis;
- 5) Metode dan prosedur operasi untuk membuat serta menjual produk;
- 6) Sudah dikenal;
- 7) Menerima informasi yang berguna seperti kompetisi, kebutuhan produk; kebiasaan masyarakat;
- 8) Sumber pengadaan barang dan jasa;
- 9) Pelatihan dari orang yang sudah profesional;
- 10) Bantuan keuangan

Di samping keuntungan, terdapat beberapa kerugian bagi franchisee, yaitu sebagai berikut.

- 1) Penekanan kontrol;
- 2) Franchise fee;
- 3) Sukar menilai kualitas franchisor
- 4) Kontrak yang membatasi;
- 5) Tingkat ketergantungan pada franchisor tinggi;
- 6) Kebijakan-kebijakan franchisor;
- 7) Reputasi dan citra merek turun

B. Kekuatan Hukum Perikatan Dalam Kontrak Perjanjian *Franchise*.

Kekuatan Hukum perikatan dalam Perjanjian *Franchise* dan Penerapan Asas-asas Hukum Perjanjian sangat diperlukan agar perjanjian benar-benar dapat memberikan perlindungan hukum bagi kedua pihak, termasuk dalam perjanjian *franchise*. Perlindungan hukum antara para pihak dalam perjanjian *franchise* ini dapat dilihat dari perlindungan hukum melalui peraturan perundangan yang terkait dengan perjanjian *franchise*.

Beberapa peraturan perundangan yang terkait antara lain

- PP No. 16 Th 1997
- Kepmenperindag_259MPPKep719/97
- KUHPerduta

a. Perlindungan Hukum Perjanjian *franchise*

Penciptaan iklim bisnis *franchise* yang fair dan transparan, keseimbangan hak dan kewajiban para pihak merupakan upaya yang

selalu diusahakan pemerintah dalam peningkatan berbagai usaha pada sector bisnis. Campur tangan pemerintah ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu pengusaha kecil dan menengah, bukan dalam campur tangan yang bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak, melainkan ditujukan pada kebijakan bagi perjanjian *franchise* yang dibuat para pihak.

Ada dua aspek pokok yang menyangkut campur tangan pemerintah atau negara yaitu:

1. Aspek Internal

Eksistensi perjanjian *franchise* yang ada baik dalam hal pendaftaran, kewajiban untuk terbuka bisnis *franchisor* kepada *franchisee*, jangka waktu, *royalty* maupun permasalahan pemutusan hubungan. Selama ini perjanjian *franchise* seringkali dilakukan di bawah tangan dan tidak ada pengawasan atas perjanjian *franchise* sebagai suatu perjanjian lisensi, pengawasan atas materi perjanjian, padahal seharusnya dapat dilakukan pada waktu perjanjian *franchise* didaftarkan. Ketentuan untuk mendaftarkan sebenarnya dimaksudkan sebagai pengawasan atas materi perjanjian agar memuat ketentuan yang memberikan keseimbangan antara kedua belah pihak dan tidak bertentangan dengan asas-asas hukum perjanjian dalam berbagai tahap (pra kontraktual, kontraktual, maupun post kontraktual).

Yang perlu mendapatkan perhatian dalam hal ini adalah:

- a. Jangka waktu yang umumnya diterapkan hanya 2 sampai 5 tahun. Jangka waktu ini relatif pendek, meskipun ada kesempatan untuk perpanjangan, namun jika ada pemutusan perjanjian *franchisee* akan rugi karena investasi *franchise*, *franchise fee*, *royalty* serta fee lainnya yang dikeluarkan sangat besar
- b. *Royalti* Selama ini dasarnya adalah *gross sales* yang pada prinsipnya menguntungkan pihak *franchisor* karena nilainya lebih pasti. Hal ini tanpa mempertimbangkan apakah bisnis yang
- c. Pemutusan hubungan bisnis Pada umumnya perjanjian *franchise* lebih memberikan kewenangan pemutusan hubungan oleh *franchisor*, yang menunjukkan bahwa *franchisor* mempunyai *bargaining position* lebih

tinggi

2. Aspek Eksternal

Aspek pengawasan pemerintah/Negara dengan membuat peraturan perundangundangan perjanjian franchise, yang mencakup hal-hal: Dalam proses perjanjian, baik pra kontraktual, kontraktual dan post kontraktual yaitu pelaksanaan perjanjian seharusnya memperhitungkan apakah bisnis franchise tersebut akan merugikan para pihak atau masyarakat sekitar perjanjian tersebut. Apakah dengan bisnis tersebut akan menciptakan suasana bisnis yang kondusif, yang mendukung perekonomian nasional atau justru sebaliknya akan mengganggu perekonomian bagi pengusaha kecil dan menengah.

b. Perlindungan Hukum Melalui Perjanjian Franchise

Dalam pelaksanaan perjanjian franchise pada umumnya menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antara para pihak yang disebabkan oleh adanya perbedaan bargaining position, belum ada aturan khusus yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian franchise. Di samping itu seharusnya dalam hal demikian dalam perjanjian didasarkan pada asas-asas hukum perjanjian (asas konsensualisme, kebebasan berkontrak dan asas pacta sunt servanda) sebagaimana tertuang dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang meliputi asas konsensualisme yang berarti bahwa perjanjian terjadi dengan adanya kata sepakat; asas kebebasan berkontrak, yang berarti bahwa adanya kebebasan para pihak dalam menentukan bentuk perjanjian, isi perjanjian, membuat atau tidak membuat perjanjian, pihaknya siapa dan ketentuan hukum yang franchise diperlukan pemahaman mengatur; Asas pacta sunt servanda (asas mengikatnya perjanjian), bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak.

Dalam praktik ternyata asas-asas hukum perjanjian sebagaimana disebutkan di atas juga banyak disimpangi. Hal ini terlihat sejak tahap pra kontraktual, tidak ada negosiasi dalam penyusunan perjanjian, karena pihak franchisee

tidak dapat ikut menentukan perjanjian maupun mengubah klausula perjanjian; pada tahap kontraktual seluruh isi perjanjian franchise ditentukan oleh pihak franchisor padahal terdapat ketentuan-ketentuan yang menunjukkan ketidakseimbangan. Pada tahap post kontraktual, yaitu pelaksanaan perjanjian pada umumnya ditentukan bahwa franchisor dapat memutuskan secara sepihak. Ini menunjukkan bahwa asas-asas hukum perjanjian tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya. Semua hal tersebut berakibat pada kurangnya perlindungan hukum bagi franchisee dalam perjanjian franchise.

Penyimpangan ini terjadi baik secara normatif, sosiologis maupun filosofis, sehingga sangat diperlukan pemahaman secara menyeluruh/holistik. Pemahaman menyeluruh tentang sistem kehidupan dideskripsikan oleh Fritjoff Capra dalam teori kompleksitas (complexity Theory)²², yang mengemukakan bahwa perkembangan pemikiran yang semula terkotak-kotak (fragmented) ke arah pemikiran yang menyeluruh (holistik) (from logos to holos). Fritjoff Capra kemudian memunculkan teori kompleksitas ke dalam ranah sosial, dengan mengintegrasikan dimensi fiilofis, kognitif dan sosial dengan tujuan bukan hanya untuk memberikan pandangan yang utuh atas kehidupan, pikiran dan masyarakat, melainkan juga mengembangkan suatu pendekatan koheren yang sistematis pada berbagai permasalahan kritis yang muncul saat ini. Supaya dalam perjanjian franchise terwujud adanya keseimbangan antara para pihak maka reorientasi perjanjian franchise menjadi sangat urgen untuk dilakukan. Ketika asas-asas Hukum Perjanjian yang menjadi landasan dalam perjanjian dalam semua tahap telah disimpangi, maka sangat penting dilakukan pengintegrasian asas-asas hukum perjanjian Indonesia dengan asas-asas hukum lain terutama asas hukum ekonomi²³, asas hukum adat, nilai-nilai yang berkembang di dalam masyarakat dengan berbasis Pancasila sebagai Falsafah Bangsa dan Dasar Negara yang merupakan Hukum Prismatic, sehingga menghasilkan asas hukum perjanjian prismatic yang dinamakan asas harmoni yang dapat Menciptakan Hubungan Hukum yang

²² Fritjoff Capra, Capra, Fritjof, *The Hidden Connections, Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme*, Yogyakarta, Jalasutra, hlm. 86

²³ Sri Redjeki Hartono, 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Malang, Bayumedia Publishing, hlm. 62

Seimbang Antara Para Pihak²⁴. Asas harmoni ini merupakan integrasi berbagai asas yaitu asas kepatutan/kewajaran (equity), keadilan (fairness), laras, rukun, keseimbangan, proporsionalitas²⁵. Asas harmoni berkaitan dengan proses perjanjian dan substansi perjanjian, dan mempunyai keterpaduan dengan asas hukum perjanjian lain yang telah ada yaitu asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, asas kekuatan mengikat perjanjian. Dengan asas hukum hasil pengintegrasian, maka kontrak tidak hanya bersifat yuridis, tetapi juga sosiologis, filosofis, yang tidak hanya memperhatikan aspek materiil tetapi juga berdimensi moral religius. Dalam hal demikian perjanjian tidak hanya didasarkan pada hukum negara (state law) tetapi juga hukum alam (natural law/moral/agama), serta hukum yang hidup di dalam masyarakat (the living law). Pendekatan hukum dilakukan dengan pendekatan legal pluralism²⁶ yang menyatukan pendekatan filosofis, yuridis, socio legal²⁷. Cara ber hukum demikian sangat tepat dikatakan sebagai cara ber hukum yang progresif yang mendasarkan pandangan bahwa hukum adalah untuk manusia, sehingga keberadaan hukum adalah untuk kebahagiaan masyarakat, hukum harus bisa mewujudkan harmoni, sehingga terdapat keseimbangan antara nilai-nilai Ketuhanan (moral religius), kemanusiaan (humanistik), kemasyarakatan (nasionalistik, demokratik dan keadilan sosial). Dengan demikian hukum benar-benar dapat mewujudkan ide dasar yang meliputi keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum.

PENUTUP

B. Kesimpulan

²⁴ Fred W. Riggs, 1964, *Administration in Developing Countries: The Theory of Prismatic Society*, Boston: Hought Mifflin Company, hlm 176.

²⁵ Asas laras (harmoni) berkenaan dengan persoalan bagaimana memuaskan kebutuhan estetis yang hidup di dalam masyarakat, bagaimana sengketa dapat diselesaikan sehingga baik para pihak maupun masyarakat menerima dan mendukung secara optimal cara penyelesaian sengketa yang ditawarkan. Asas keselarasan memberikan jawaban atas suatu persoalan sehingga penyelesaiannya itu dianggap memuaskan, baik oleh pihak yang langsung berkepentingan maupun oleh masyarakat. Herlien Budiono, 2008, *Kumpulan Tulisan Hukum Perdata di Bidang Kenotariatan*, Cetakan II, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, hlm. 242

²⁶ Legal pluralism merupakan integrasi sempurna untuk memahami dan menegakkan hukum dalam masyarakat

- a. Praktek perjanjian franchise yang terjadi selama ini seringkali pihak franchisor sebagai pembuat perjanjian menentukan klausula yang menunjukkan adanya ketidakseimbangan hubungan hukum antara para pihak, hal itu sangat mudah terjadi karena franchisor sudah berpengalaman melakukan perikatan/perjanjian dan dapat dikatakan sudah sangat menguasai konsep kontrak, yang dengan demikian dapat dengan sengaja membuat tambahan beban biaya yang membebankan yang tidak adil dengan pihak Franchisee. Apalagi pihak Franchisee sudah terfokus dengan diterimanya pihak itu sebagai hubungan bisnis dalam Franchisee.
- b. Kekuatan mengikat dalam kontrak perjanjian franchise masih terdapat hal-hal yang sensitive. Praktek perjanjian franchise sering dilakukan hanya oleh kedua pihak yaitu franchisor dan franchisee. Bahwa kekuatan mengikat suatu perjanjian dapat dilakukan dengan menghadirkan saksi atau mendaftarkan/meregistrasi pada notaris atau pejabat yang ditunjuk oleh pemerintah. perjanjian Franchise pada terutama pihak franchisee masih ada kelemahan seperti perlindungan hukum dalam tindakan yang tidak adil oleh Franchisor, karena meskipun ada ketentuan yang mengatur tentang adanya kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba, namun dalam praktiknya meskipun dalam perjanjian tersebut menunjukkan ketidak adanya keseimbangan, atau dapat saja tidak terlihat atau tidak dapat diperhatikan dengan adanya keuntungan sepihak. Dan ini kemungkinan semakin sering dilakukan kalau pada prakteknya belum ada pengawasan dari pemerintah,

majemuk (plural). Pendekatan legal pluralism mengandalkan adanya pertautan antara state law (positive law), aspek kemasyarakatan (socio legal approach), dan natural law (moral/ethic/religion). Werner Menski, 2006, *Comparative Law in A Global Context, The Legal Systems of Asia and Africa*, Second Edition, United Kingdom, Cambridge University Press.

²⁷ Hukum progresif mempunyai tujuan besar berupa kesejahteraan dan kebahagiaan manusia, maka hukum selalu berada pada status law in the making. Hukum tidak ada untuk dirinya sendiri dan tidak bersifat final, sehingga apabila hukum itu tidak memberikan jaminan perlindungan hukum bagi manusia, maka harus dilakukan perubahan. Satjipto Rahardjo, 2009, *Hukum Progresif Sebuah Sintesa Hukum Indonesia*, Yogyakarta, Genta Publishing, hlm. 47-48

C. Saran

1. Praktek bisnis Franchise semakin banyak bertumbuh, oleh karena itu perlu ada campur tangan atau perhatian pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lebih baik lagi terutama model/bentuk usaha yang baru terutama ketika akan ada hak dan kewajiban dalam hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam praktek bisnis seperti Franchise. Sering terjadi dalam dokumen kontrak perikanan ada saja Franchisor yang dengan tidak kentara membuat format kontrak perjanjian Franchise tidak adil dan lebih banyak mengambil keuntungan tanpa diketahui/disadari oleh pihak Franchisee.
2. Kekuatan hukum mengikat dalam kontrak perjanjian franchise sudah memadai tetapi perlu ada sentuhan berupa regulasi untuk pengawasan dalam melakukan praktek bisnis franchise, yang pada akhirnya perlu ada regulasi yang akan mengawal praktek bisnis Franchise. Ini sangat penting ketika pihak yang baru akan melakukan bisnis baru dengan model Franchise, pihak Franchisor tidak semena-mena melakukan tindakan yang tidak seimbang atau tidak adil dengan cara mengambil keuntungan lebih tanpa disadari dari yang tertuang dalam kontrak perjanjian Franchise. Sehingga pemerintah bisa mempertimbangkan perlunya aturan khusus untuk mengawal dan mengawasi perkembangan bisnis ini agar tidak terjadi ketidakadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan Widjaja, seri hukum bisnis Lisensi atau Franchise, Rajawali Pers, Jakarta 2002
- Peter Mahmud Marzuki, 2010, Penelitian Hukum, Jakarta : Kencana Prenada Media Group,
- Peter Mahmud Marzuki, Pengantar Ilmu Hukum (Edisi Revisi), Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013
- Soerjono Soekanto, 2006, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Gunawan Widjaja, 2001, Seri Hukum Bisnis Waralaba, Jakarta, PT Raja Grafindo
- Dennis Campbell dan Louis Lafili, 1990, Distributorships, Agency and Franchising in an International Area:

- Europe The United States, Japan and lain America (The Netherlands, Kluwer Law and Taxation Publisher, Deventer
- Richard D. Robinson, 1998, The International transfer of Technology: Theory, Issue, and Practice, USA: Bullinger Publishing Company.
- Faisal Santiago, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, Jakarta, Mitra Wacana Media
- Fritjoff Capra, Capra, Fritjof, The Hidden Connections, Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme, Yogyakarta, Jalasutra
- Sri Redjeki Hartono, 2007, Hukum Ekonomi Indonesia, Malang, Bayumedia Publishing
- Fred W. Riggs, 1964, Administration in Developing Countries: The Theory of Prismatic Society, Boston: Hought Mifflin Company
- Herlien Budiono, 2008, Kumpulan Tulisan Hukum Perdata di Bidang Kenotariatan, Cetakan II, Bandung, PT Citra Aditya Bakti
- Werner Menski, 2006, Comparative Law in A Global Context, The Legal Systems of Asia and Africa, Second Edition, United Kingdom, Cambridge University Press.
- Satjipto Rahardjo, 2009, Hukum Progresif Sebuah Sintesa Hukum Indonesia, Yogyakarta, Genta Publishing

Peraturan Perundangan :

- Kitab Undang-undang Hukum Perdata;
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Usaha Tidak Sehat;
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba

Internet :

- <https://alfanaikkelas.wordpress.com/2011/01/07/tahapan-penyusunan-kontrak/>

<https://kontrakhukum.com/article/ketahui-perbedaan-perikatan-dan-perjanjian>
Perpustakaan Elektronik Fakultas Hukum
<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis>