

TINJAUAN YURIDIS DALAM PERJANJIAN PELAKSANAAN WARALABA MENURUT PERMENDAG NO.71 TAHUN 2019¹

Oleh :

Patricia Lidya Pailaha²

Refly Ronny Umbas³

Edwin Neil Tinangon⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem perjanjian waralaba pada umumnya dan untuk mengetahui bagaimana proses dari perjanjian waralaba menurut permendag no.71 tahun 2019. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis empiris, dapat ditarik kesimpulan yaitu : 1. sistem perjanjian diindonesia, Dalam penyelenggaraan waralaba di Indonesia diawali dengan suatu perjanjian waralaba. Sehingga, dasar dalam menyelenggarakan waralaba yaitu perjanjian waralaba. Dalam perjanjian waralaba diatur tentang bagaimana hubungan hukum para subjek hukum didalamnya dalam melangsungkan aktivitas waralaba. Jadi, begitu pentingnya membuat perjanjian dalam menjalankan kegiatan bisnis waralaba sebab bisnis waralaba muncul karena adanya perjanjian waralaba, serta perjanjian tersebut mengatur tentang hubungan hukum pihak-pihak didalamnya. 2. Proses dari perjanjian waralaba berdasarkan Pasal 6 ayat 1 permendag no.71 Tahun 2019 telah disebutkan perihal perjanjian waralaba merupakan dasar dalam menyelenggarakan bisnis waralaba. Dilanjut dengan pasal 6 ayat 2, perjanjian tersebut dibuat dengan berdasarkan pada hukum Indonesia. Berdasarkan kategori dari unsur-unsur perjanjian, maka perjanjian waralaba harus memenuhi unsur-unsur dalam perjanjian waralaba, yaitu adanya pihak *franchisor* dan *franchisee*, ada persetujuan antara para pihak, persetujuan bersifat tetap bukan suatu perundingan, ada tujuan yang hendak dicapai, ada prestasi yang akan dilaksanakan, berbentuk lisan atau tulisan, ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian.

Kata Kunci : *perjanjian pelaksanaan waralaba*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan di dunia ini menuntut setiap orang untuk bergantung kepada orang

lain. Karena setiap orang tidak dapat hidup individu dan memenuhi kebutuhannya sendiri. Manusia adalah makhluk yang mutlak membutuhkan orang lain maka setiap orang perlu mengadakan hubungan dengan orang lain salah satu hubungan yang perlu dilakukan antara manusia adalah berbisnis.pembangunan ekonomi di indonesia merupakan salah satu bidang pembangunan yang terus dilakukan oleh pemerintah dalam rangka mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat.

Para pelaku bisnis selalu mencari cara untuk mengembangkan bisnisnya, karena dunia bisnis terus berkembang secara dinamis,perkembangan dan kemajuan perekonomian di indonesia semakin mengalami peningkatan banyak usaha-usaha atau praktik bisnis bermunculan,baik dari usaha kecil, menengah serta usaha-usaha yang mempunyai modal besar,usaha-usaha tersebut sangat memberikan dampak positif bagi perekonomian negara dan pemenuhan kebutuhan masyarakat.⁵

Konsep waralaba akhir-akhir ini menjadi sorotan sebagai terobosan dalam pengembangan bisnis,dalam perkembangan bisnis di era modern saat ini persaingannya sangat ketat sehingga menyadarkan para pengusaha untuk mencari pendekatan-pendekatan serta terobosan yang inovatif guna merebut pangsa pasar agar dapat terus bertahan.Menjalankan bisnis waralaba ini dianggap memiliki tingkat resiko kegagalan yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan memulai bisnis sendiri sehingga menguntungkan para pihak dalam berbisnis. Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya gagal, namun dialah pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba ini di AS (Amerika Serikat). Istilah waralaba pertama kali di perkenalkan oleh lembaga pendidikan dan pembinaan mangement (LPPM) yang berasal dari kata “wara” yang artinya lebih atau istimewa dan ‘laba” yang berarti keuntungan.

Waralaba atau *franchise* adalah kegiatan berbisnis berupa pembelian hak lisensi dari pemilik waralaba atau *franchise* tersebut. Definisi yuridis waralaba dapat di temukan pada permendag no. 70 tahun 2019 pasal 1 angka tentang waralaba adalah “waralaba adalah hak khusus yang di miliki oleh perseorangan atau badan usaha dalam rangka memasarkan barang dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 19071101541

³ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁵ Rustinah hariyani,tinjauan yuridis perjanjian bisnis waralaba (*franchise*) antara *franchisor* dan *franchisee* dalam dinamika perekonomian di indonesia,journal of law,2021

perjanjian waralaba”⁶

Waralaba sangat erat kaitannya dalam bidang ekonomi dan bisnis, kebebasan yang di peroleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu, salah satu aspek penting dalam keberlangsungan bisnis waralaba adalah perjanjian waralaba dikarenakan perjanjian waralaba adalah landasan kesepakatan antara kedua belah pihak dalam menjalankan waralaba sehingga tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan.

Waralaba dapat didefinisikan sebagai suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil atau menengah (*franchisee*) dengan hak-hak istimewa untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu melalui cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di suatu tempat tertentu pula.⁷

Waralaba pada dasarnya adalah kerjasama investasi manajemen bisnis, sehingga keberhasilannya sangat tergantung pada kerjasama yang baik antara penerima waralaba dan pemberi waralaba dengan memperhatikan hak dan kewajiban di antara keduanya. Dari sudut pandang ekonomi *franchise* adalah hak yang diberikan secara khusus kepada seseorang atau kelompok, untuk memproduksi atau merakit, menjual, memasarkan suatu produk atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang hukum *franchise* adalah perjanjian legal antara dua pihak dalam bekerjasama memproduksi, merakit, menjual, memasarkan suatu produk jasa.

Saat ini sistem waralaba atau *franchise* banyak diterapkan dalam pengembangan usaha oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai cara pemasaran dan distribusi. Sistem waralaba atau *franchise* merupakan sistem yang telah terbukti mampu meningkatkan perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya daya konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa yang di produksi oleh produsen. Serta meningkatnya minat dan kesadaran masyarakat untuk memiliki usaha sendiri.⁸

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini merupakan *trendsetter* yang memberi corak baru bagi perekonomian Indonesia. Sistem waralaba atau *franchise* ini menarik banyak minat masyarakat Indonesia dan memiliki peraturan

khusus yang mengatur mengenai waralaba setidaknya untuk menjaga agar terciptanya hubungan bisnis yang baik adalah dimulai dengan terdapatnya perjanjian waralaba yang memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba (*Franchisee agreement*) yang disahkan secara hukum (*legal document*);
2. Kesepakatan ini menjelaskan secara rinci segala hak dan kewajiban dari pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*);
3. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pengwaralaba (*Franchisor*) tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format atau pola usaha, dan hal-hal yang khusus yang dikembangkan untuk suksesnya usaha tersebut;
4. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pewaralaba (*Franchisor*) mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya;
5. Perjanjian waralaba tersebut harus jujur, jelas dan adil. Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh pewaralaba (*Franchisee*);
6. Adanya keseimbangan antara pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*).⁹

Selain itu, pembelian hak lisensi merek dagang dari perusahaan pemilik waralaba atau *franchise* tersebut sudah dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat sudah tidak asing lagi dengan produk yang diperdagangkan. Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini memberikan peluang besar bagi masyarakat, terutama di bidang finansial. Saat ini telah dikenal banyak bisnis waralaba di berbagai bidang baik ritel, makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Negara Indonesia termasuk dalam lima besar negara yang memiliki perkembangan *franchise* terbesar di dunia. *Franchise* yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh *franchise local* walaupun tidak menutup kemungkinan *franchise* asing juga dapat ditemui.

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dimana salah satu ciri daripada bangsa yang sedang berkembang yakni adanya berbagai-bagai perubahan dalam bidang yakni ekonomi, hukum, dan sosial. pemerintah negara indonesia berupaya membawa negara indonesia kearah yang lebih baik dari sebelumnya dengan memberikan perhatian kepada pembangunan

⁶ Zil aidi dan hasna farida, *perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba makanan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 1 Angka 1 tentang Waralaba*

⁷ Ibid, Hal 57

⁸ Salsabela, Alifa hada, *tinjauan yuridis pelaksanaan perjanjian waralaba (franchise)*

⁹ Sheila Felicia, *Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (Analisis Kontrak Bisnis Waralaba Lokal “Apotek k-24 di Semarang)*

ekonomi yakni dengan adanya perubahan tradisi drai sistem sosial.

Terdapatnya unsur hak-hak atas kekayaan intelektual sebagai bagian terpenting dari waralaba dapat dilihat dari ketentuan Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang menekankan waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹⁰ Sedangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/MDag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ditegaskan bahwa Waralaba adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di mana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Berdasarkan ketentuan peraturan tersebut di atas dapat di pahami bahwa di Indonesia Hak Kekayaan Intelektual merupakan unsur inti dari waralaba, suatu bisnis tidak akan mungkin diwaralabakan apabila tidak mengandung unsur Hak Kekayaan Intelektual.

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini dibentuk atas dasar perjanjian, yang dikenal dengan perjanjian waralaba atau *franchise*. Perjanjian ini akan melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Perjanjian waralaba atau *franchise* ini merupakan acuan ataupun pedoman hukum bagi pemilik waralaba atau *franchise* yang biasa disebut *franchisor* dan penerima waralaba atau *franchise* yang biasa disebut *franchisee*. Setiap pemilik waralaba atau *franchise* biasanya mempunyai standar perjanjian sendiri untuk ditawarkan kepada penerima waralaba atau *franchisee*, yang mana perjanjian tersebut dibuat oleh ahli hukum pemilik waralaba, sehingga isi dari perjanjian tersebut sebagian besar menguntungkan pemilik waralaba atau minimal tidak merugikan serta dapat melindungi pemilik waralaba.

Pada dasarnya perjanjian bersifat konsensual, namun demikian ada perjanjian-perjanjian tertentu

yang mewajibkan dilakukan suatu tindakan yang lebih dari hanya sekedar kesepakatan, sebelum pada akhirnya perjanjian tersebut dianggap sah. Secara yuridis, praktek waralaba di Indonesia telah di atur pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Bisnis Waralaba, kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007. Selain itu ketentuan ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum mengenai waralaba atau franchise adalah sebagai berikut:

1. Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgelijk Wetboek).
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 12/MDAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/MDAG/PER/20/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 68/MDAG/PER/20/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/MDAG/PER/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* (pemberi waralaba) bagi para *franchisee* (penerima waralaba). Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Perjanjian Waralaba, maka dapat dikemukakan pokok-pokok isi dari Perjanjian Waralaba tersebut, yaitu:

- a. Pemberian Hak *Franchise Franchisor* dengan ini memberi Hak Eksklusif kepada *Franchisee*, dan *Franchisee* menerima pemberian hak tersebut, untuk dapat menggunakan nama dan sistem pengelolaan milik *franchisor* dalam suatu lokasi, selama jangka waktu yang disepakati.
- b. Lokasi, *Counter* dan Masa Percobaan Lokasi *franchise* ditentukan oleh *franchisee* dengan sepengetahuan dari persetujuan *franchisor*, setelah mempertimbangkan kondisi dan potensi ekonomi di sekitar lokasi *franchise* tersebut.
- c. Jangka Waktu *Franchise* Jangka waktu pemberian hak *franchise* adalah 2 (dua) tahun (jangka waktu) dan berlaku efektif sejak

¹⁰ Refly Roni Umbas, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia"

tanggal pembukaan *counter* yang pertama kali. Jangka waktu *franchise* dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan tertulis diantara para pihak.

- d. Biaya *Franchise* dan Cara Pembayaran Selama jangka waktu, *franchisee* setuju untuk membayar biaya atas pemberian hak *franchise* (biaya *franchise*) meliputi
 1. *Joint Fee*.
 2. *Counter Fee*.
 3. *Advertising & Training Fee*.
- e. Royalti *Franchisee* setuju dan berkewajiban untuk membayar royalti kepada *franchisor* setiap bulannya.
- f. Pemeliharaan Citra

Sebagai pengganti istilah *confidential information* kadang-kadang juga digunakan istilah rahasia dagang (*trade secrets*), Unsur rahasia dagang memegang peranan yang sangat penting terutama dalam waralaba yang termasuk *chain-style business*, contohnya resep pembuatan *Kentucky Fried Chicken* atau *Pizza Hut*. Namun, tidak tertutup kemungkinan pihak *franchisor* masih tetap menahan sebagian dari rahasia dagang dengan tujuan agar *franchisee* tetap bergantung kepada *franchisor*, misalnya dalam bentuk ramuan siap pakai. Dalam kasus tersebut, pihak *franchisee* harus tetap menggunakan ramuan dalam bentuk siap pakai dari *franchisor*, tanpa mengetahui cara meracikannya. Semuanya bergantung pada isi perjanjian waralaba.

Dalam konteks pemberian hak penggunaan rahasia dagang, maka rahasiadagang tersebut haruslah sesuatu yang unik dan berbeda dari bentuk-bentuk format, formula, ciri khas, metode, tata cara, prosedur, atau sistem yang bersifat khas lainnya serta memiliki nilai jual secara komersial. Sesuatu yang tidak memiliki keunikan tertentu yang dapat dibedakan dari barang atau jasa sejenisnya atau hanya terdiri dari serangkaian proses informasi yang telah tersedia untuk umum dan dapat diselenggarakan dan dilaksanakan oleh setiap orang tanpa perlu bantuan atau bimbingan khusus jelas bukanlah rahasia dagang. *Confidential information* dan *know how* yang diberikan oleh pihak *franchisor* kepada *franchisee* tidak termasuk hal-hal yang bisa diminta perlindungannya berdasarkan hak paten.

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*nya. Pada perjanjian waralaba tercantum ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee*, persyaratan lokasi,

ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan yang berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya, serta ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*. Pihak *franchisor* dan *franchisee*nya harus saling mematuhi kontrak yang mereka setujui, Perjanjian waralaba dibuat untuk memberikan perlindungan hukum kepada *franchisee* dan *franchisor* dari perbuatan yang merugikan salah satu pihak tetapi tidak sedikit pula terjadi adanya pelanggaran oleh salah satu pihak. Pelanggaran ini memungkinkan terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan Perjanjian Waralaba, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera dalam Perjanjian Waralaba, yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan. Berdasarkan hal tersebut, maka secara khusus pihak yang dapat dirugikan dalam bisnis waralaba (*franchise*) yaitu Pemberi Waralaba (*franchisor*) dan Penerima Waralaba (*franchisee*).

- A. Wanprestasi dari pihak Penerima Waralaba (*franchisee*) antara lain dapat berupa:
 1. Tidak dibayarnya biaya waralaba tepat pada waktunya.
 2. Melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh seorang Penerima Waralaba (*franchisee*).
 3. Melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam system waralaba yang merusak image merek atau produk.
 4. Tidak mau mengembalikan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) milik Pemberi Waralaba (*franchisor*) setelah habis masa berlakunya perjanjian.
 5. Membuka usaha baru dengan merek yang baru namun jenis usaha yang sama sehingga menjadi pesaing dan berkompetisi dengan usaha *franchise* atau waralaba yang telah diserahkan kepada penerima waralaba (*franchisee*).
- B. Wanprestasi dari Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*) antara lain dapat berbentuk:
 1. Tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan sebagaimana mestinya.
 2. Tidak melakukan pembinaan terhadap Penerima Waralaba (*franchisee*) sesuai dengan yang sudah diperjanjikan.
 3. Tidak membantu Penerima Waralaba (*franchisee*) dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya. Maka dari itu jika salah satu pihak melakukan pelanggaran pihak yang lain dapat menuntut sesuai dengan

hukum yang berlaku.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem perjanjian waralaba pada umumnya?
2. Bagaimana proses dari perjanjian waralaba menurut permendag no.71 tahun 2019?

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah jenis metode penelitian yuridis normative.

PEMBAHASAN

A. Sistem Perjanjian Waralaba Pada Umumnya

Pada umumnya sistem perjanjian waralaba merupakan kontrak hukum antara franchisor (pemilik waralaba) dan franchisee (penerima waralaba) yang mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak. Sistem perjanjian waralaba melibatkan beberapa elemen penting yang mendefinisikan hubungan kedua belah pihak tersebut. Pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut:

1. Hak yang diberikan *franchisor* pada *franchisee* meliputi penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangan serta wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
2. Kewajiban dari *franchisee* sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh *franchisor* pada saat *franchisee* memulai usaha maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.
3. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak *franchisor* kepada pihak lain. Bila *franchisee* tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.
4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak. karena tentunya perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin tidak ada jangka waktu berakhirnya, perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin untuk selamanya³⁶.

Substansi atau muatan materi dalam klausul-klausul yang terdapat dalam suatu perjanjian waralaba baik internasional maupun domestik, umumnya meliputi ; prasyarat perjanjian, pembelian waralaba, pembatasan penggunaan waralaba, keseragaman dan standarisasi operasional, promosi, pelatihan, eksklusifitas

,angka waktu perjanjian, pemilihan lokasi, hak untuk memeriksa dan mengaudit, prosedur pelaporan, prinsip tanpa persaingan, kerahasiaan produk atau sistem, perizinan dan administrasi, karyawan dan tenaga kerja, asuransi jaminan terhadap tuntutan hukum dan kerugian pajak, pengalihan hak, kedudukan berdiri sendiri, wanprestasi, perpanjangan perjanjian, penghentian atau berakhirnya, perjanjian, pilihan forum, dan yurisdiksi hukum, amandemen perjanjian dan pelepasan hak, ganti kerugian, *forfe majeure*, keterpisahan, wewenang untuk terikat dalam kontra, penyelesaian sengketa, surat-menyurat, interasi kontrak.

Klausul yang terdapat dalam sebuah perjanjian tersebut di rancang dan disusun sedemikian rupa oleh pemberi waralaba dan hampir terdapat beberapa pion-poin klausul mendasar yang harus di pelajari oleh calon penerima waralaba.

Pada pasal 4 ayat 1 PP waralaba dapat diselenggarakan dengan dibentuknya perjanjian tertulis atau yang dikenal dengan “perjanjian waralaba” antara penerima hak *franchisee* kepada *franchisor* dengan memperhatikan hukum indonesia perjanjian tersebut dibuat dengan tujuan penerima waralaba dapat memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HKI).

Perjanjian waralaba umumnya dibuat dalam bentuk standar, artinya perjanjian waralaba disusun berdasarkan asas kebebasan berkontrak yang sebagai mana diatur dalam pasal 1338 kitab undang-undang hukum perdata yakni : “semua perjanjian yang di muat secara sah mengikat para pihak sebagai undang-undang”. Perjanjian waralaba ini juga harus tetap memperhatikan ketentuan yang terdapat dalam pasal 1320 kitab undang-undang hukum perdata yaitu :

- a. kesepakatan yang mengikat kedua belah pihak.
- b. kecakapan yang mengikat kedua belah pihak.
- c. suatu pokok persoalan tertentu
- d. suatu sebab yang tidak terlarang.

Dalam PP pasal 4 ayat 2 perjanjian waralaba harus dibuat atau tertulis dalam bahasa indonesia, pada penerapannya apabila para pihak pengwaralaba merupakan warga negara asing atau tidak menggunakan bahasa indonesia sebagai sarana utama dalam komunikasinya maka dalam pembuatan perjanjian harus di terjemahkan ke dalam bahasa indonesia oleh seorang perjemah bahasa yang bersertifikasi.

Secara praktik sistem perjanjian waralaba melibatkan beberapa aspek utama:

- a. Biaya awal : *franchise* membayar biaya awal kepada *franchisor* untuk hak menggunakan merek dagang, sistem operasional dan dukungan lainnya, biaya ini bisa mencakup

pelatihan, panduan operasional, dan hak untuk menjual produk. b. Royalti : *franchise* biasanya membayar royalti reguler kepada franchisor, sering kali sebagai presentase dari pendapatan atau keuntungan. royalti adalah balas jasa atas penggunaan merek dagang dan sistem yang telah di kembangkan oleh franchisor.

- b. Bantuan dan dukungan : *franchisor* biasanya memberikan bantuan dan dukungan kepada *franchisee*, termasuk pelatihan awal, panduan operasional, perencanaan pemasaran, dan pemeliharaan standar kualitas, ini membantu *franchisee* dalam menjalankan bisnis mereka sesuai dengan standar *franchisor*.
- c. Durasi dan wilayah : perjanjian waralaba biasanya memiliki durasi tertentu misalnya 5 atau 10 tahunan dan wilayah tertentu yang dilindungi untuk *franchisee*, hal ini mencegah persaingan langsung antar *franchisee* dalam jaringan yang sama.
- d. Hak dan kewajiban : perjanjian juga menetapkan hak dan kewajiban masing-masing pihak misalnya, *franchisee* berkewajiban untuk mengikuti panduan operasional dan membayar royalti tepat waktu, sementara *franchisor* berkewajiban untuk menyediakan dukungan yang memadai dan menjaga kualitas merek.
- e. Penyelesaian sengketa : perjanjian juga mungkin mencakup mekanisme penyelesaian sengketa antara *franchisor* dan *franchisee* seperti arbitrase atau mediasi, untuk mengatasi perselisihan yang mungkin timbul selama berjalannya perjanjian setiap perjanjian waralaba dapat bervariasi tergantung pada industri, negara, dan preferensi masing-masing pihak. penting bagi *franchisee* untuk memahami dengan jelas semua persyaratan perjanjian sebelum menandatangani, karena hal ini akan mempengaruhi bagaimana mereka menjalankan bisnis mereka dalam jaringan waralaba.

B. Proses dari perjanjian waralaba menurut permendag no.71 tahun 2019

Praktik bisnis waralaba di Indonesia telah dimulai sebelum tahun 1955, namun belum terdapat istilah “waralaba” dalam peraturan perundang-undangan saat itu. Baru kemudian pada tahun 1955, pertama kalinya istilah waralaba muncul dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil di dalamnya dinyatakan bahwa pola waralaba ialah kemitraan,³⁷ Namun saat ini undang-undang ini sudah dicabut, Kemudian sebagai peraturan pelaksanaan mengenai

waralaba yang diatur melalui undang-undang tersebut, dikeluarkan PP No. 42 Tahun 2007 yang masih berlaku hingga saat ini.¹¹

Peraturan Pemerintah ini dikeluarkan karena dipandang perlu untuk menaikkan ketertiban dalam berusaha dengan sistem waralaba, memberikan jaminan atas kepastian hukum, serta untuk dapat menjamin hak-hak para penyelenggara waralaba.¹² Peraturan Pemerintah ini memberikan penjelasan bahwa “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”.

Kemudian terdapat peraturan mengenai waralaba yang secara lanjut diatur melalui Permendag No. 71 Tahun 2019 peraturan Menteri Perdagangan ini dibuat untuk menaikkan kegiatan bisnis waralaba, untuk meningkatkan hubungan di antara para mitra, dan untuk memudahkan dalam melangsungkan bisnis waralaba. Adapun pengertian waralaba dalam Permendag No. 71 Tahun 2019 mempunyai pengertian yang sama dengan pengertian waralaba dalam Peraturan Pemerintah di atas.

Dalam penyelenggaraan waralaba di Indonesia diawali dengan suatu perjanjian waralaba. Sehingga, perjanjian waralaba merupakan dasar dalam penyelenggaraan waralaba. Dalam perjanjian waralaba tersebut akan diatur tentang bagaimana hubungan hukum para subjek hukum di dalamnya dalam melangsungkan aktivitas waralaba. Sebelumnya waralaba dapat dilakukan dengan membuat suatu perjanjian yang pengaturannya melalui Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).

Pengertian perjanjian sesuai dengan Pasal 1313 KUH Perdata yakni: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih”. Dikarenakan pada saat itu tidak ada peraturan tentang perjanjian waralaba secara khusus, maka perjanjian waralaba berdasar pada ketentuan tentang syarat perjanjian dapat dikatakan sah yang tercantum pada Pasal 1320 KUH Perdata, serta Pasal 1338 KUH Perdata yang berkaitan dengan kebebasan berkontrak.⁴² Perjanjian waralaba yang sudah disepakati oleh pihak-pihak di dalamnya akan melahirkan suatu hak dan kewajiban, dan apabila diabaikan maka

¹¹ *Ibid*

¹² Dzuluqy, Suryati. “Bisnis Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah.” *Tahkim* 15, no.1 (2019): 25-40 h.32.

pihak tersebut dapat dikatakan melakukan wanprestasi.⁴³

Saat ini, pengaturan tentang pembentukan perjanjian dalam menjalankan suatu waralaba salah satunya yaitu melalui PP No. 42 Tahun 2007, yang menyebutkan bahwa dalam menyelenggarakan waralaba berdasar pada perjanjian tertulis. Kemudian, Pasal 5 mengatur klausula atau materi yang sekurang-kurangnya dicantumkan dalam perjanjian. Di dalamnya terdapat 11 (sebelas) klausula yang paling sedikit harus dicantumkan dalam perjanjian tersebut. Serta, menurut Pasal 6 terdapat klausula lainnya yang dapat dimuat dalam perjanjian yaitu menentukan penerima waralaba lain, yang dalam hal ini berhak dilakukan oleh penerima waralaba.

¹³

Di samping itu, melalui Permendag No. 71 Tahun 2019 juga diatur mengenai perjanjian waralaba. Pasal 6 ayat (1) menyatakan terkait hal tersebut yakni: "Penyelenggaraan Waralaba harus didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia". Kemudian diberikan pula penjelasan tentang: "Perjanjian Waralaba adalah perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan". Sebagaimana Pasal 6 ayat (2) mengatur tentang perjanjian tersebut dibuat dengan berdasar pada hukum Indonesia, serta klausula atau materi yang diharuskan eksis dalam perjanjian waralaba telah diuraikan lebih lanjut dalam Lampiran II Peraturan Menteri ini, yakni sebagai berikut:

1. Nama dan alamat. Dalam hal ini, pemilik atau penanggung jawab suatu perusahaan harus secara jelas mencantumkan nama dan alamatnya.
2. Jenis Hak Kekayaan Intelektual. Dalam hal ini di antaranya: design tempat usaha, sistem management, maupun merek perusahaan, yang mana merupakan Hak Kekayaan Intelektual milik pemberi waralaba.
3. Kegiatan usaha. Misalnya yang terkait dengan klausula ini yaitu kegiatan usaha bengkel, restoran, atau perdagangan eceran.
4. Hak dan kewajiban kedua pihak.

Mengenai klausula ini dapat dijelaskan seperti berikut:

- a. Nama dan alamat. Dalam hal ini, pemilik atau penanggung jawab suatu perusahaan harus

secara jelas mencantumkan nama dan alamatnya.

- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual. Dalam hal ini di antaranya: design tempat usaha, sistem management, maupun merek perusahaan, yang mana merupakan Hak Kekayaan Intelektual milik pemberi waralaba.
- c. Kegiatan usaha. Misalnya yang terkait dengan klausula ini yaitu kegiatan usaha bengkel, restoran, atau perdagangan eceran.
- d. Hak dan kewajiban kedua pihak.

Mengenai klausula ini dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan mempunyai hak yaitu mendapat fee/royalti, dan berkewajiban untuk memberi pembinaan secara berkelanjutan.
2. Penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan mempunyai hak dalam penggunaan HAKI milik pemberi waralaba, serta berkewajiban dalam menjaga kerahasiaannya.
3. Pemberian dari pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan yang meliputi: bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran
4. Wilayah usaha. Maksud dari klausula ini adalah pemberi waralaba memberikan batasan wilayah dalam hal pengembangan usaha waralaba. Misalnya: wilayah Jawa, atau wilayah Sumatera.
5. Jangka waktu perjanjian. Dalam hal ini yang dimaksud adalah batasan mulai dan berakhirnya perjanjian waralaba, yang dihitung sejak pihak-pihak dalam perjanjian menandatangani surat perjanjian waralaba.
6. Tata cara pembayaran imbalan. Dalam perjanjian diatur tentang tata cara, waktu, hingga cara perhitungan besarnya imbalan.
7. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris. Klausula ini dimuat sehubungan dengan adanya kepemilikan yang berubah dikarenakan pengalihan kepemilikan atau pemilik waralaba meninggal.
8. Penyelesaian sengketa. Dalam hal ini ditetapkan tentang forum penyelesaian sengketa, dengan hukum Indonesia sebagai pilihan hukumnya.
9. Tata cara perpanjangan dan pengakhiran perjanjian waralaba, Klausula perpanjangan perjanjian ini yaitu akan dilaksanakan apabila dua pihak telah sepakat. Klausula pengakhiran perjanjian yaitu dalam suatu perjanjian waralaba mengatur bahwa tidak dapat melakukan pengakhiran perjanjian waralaba yang dilakukan oleh salah satu pihak saja. Selain itu, klausula pengakhiran perjanjian dalam perjanjian waralaba yaitu apabila masa

¹³ Idrus, Norman Syahdar. "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam." *Jurnal Yuridis* 4, no.1 (2017): 28-45/ h.33.

perjanjian telah berakhir, maka perjanjian dapat berakhir dengan sendirinya.

10. Jaminan oleh pemberi waralaba untuk terus memenuhi kewajibannya berdasarkan isi perjanjian, hingga berakhirnya perjanjian tersebut.
11. Jumlah tempat usaha. Tempat usaha tersebut akan dijalankan selama berlakunya perjanjian.

Perihal waktu penyampaian perjanjian waralaba yang dijelaskan dalam ketentuan Pasal 6 ayat (3) yaitu, "Perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus disampaikan kepada calon Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan Perjanjian Waralaba". Pada Pasal 6 ayat (4) diatur tentang perjanjian dibuat dengan Bahasa Indonesia.

Prospektus penawaran waralaba berdasarkan pasal langka 7 permendag no 71 tahun 2019, "berupa keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban penerima waralaba, kekayaan intelektual pemberi waralaba". Prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba paling lambat 2 minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.

Hal-hal yang termuat dalam perjanjian *franchise* diantaranya :

1. Hak untuk menggunakan trade name, trade mark, dan nama baik franchisor
2. Hak untuk menggunakan penyusunan, desain, paten, carakerja, perlengkapan, dan pengembangan produk franchisor
3. Hak untuk menggunakan seluruh pusat pelayanan (*the central service*) kegiatan pengembangan untuk membantu *franchisee*
4. Hak eksklusif untuk beroperasi di lokasi atau daerah tertentu tanpa adanya kompetisi dari *franchisee* lainnya

Klausula atau materi perjanjian waralaba pada ketentuan tersebut di atas merupakan upaya untuk melindungi pihak-pihak dalam perjanjian secara hukum, terutama bagi penerima waralaba yang memiliki kedudukan yang cenderung lebih lemah daripada pemberi waralaba¹⁴. Klausula atau materi berdasarkan PP No. 42 Tahun 2007 maupun Permendag No. 71 Tahun 2019 merupakan syarat suatu perjanjian waralaba dapat dikatakan sah secara khusus. Sedangkan, ketentuan mengenai perjanjian dalam KUH

Perdata merupakan syarat perjanjian dapat dikatakan sah secara umum.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sistem perjanjian di Indonesia, Dalam penyelenggaraan waralaba di Indonesia diawali dengan suatu perjanjian waralaba. Sehingga, dasar dalam menyelenggarakan waralaba yaitu perjanjian waralaba. Dalam perjanjian waralaba diatur tentang bagaimana hubungan hukum para subjek hukum didalamnya dalam melangsungkan aktivitas waralaba. Jadi, begitu pentingnya membuat perjanjian dalam menjalankan kegiatan bisnis waralaba sebab bisnis waralaba muncul karena adanya perjanjian waralaba, serta perjanjian tersebut mengatur tentang hubungan hukum pihak-pihak didalamnya.
2. Proses dari perjanjian waralaba berdasarkan Pasal 6 ayat 1 permendag no.71 Tahun 2019 telah disebutkan perihal perjanjian waralaba merupakan dasar dalam menyelenggarakan bisnis waralaba. Dilanjut dengan pasal 6 ayat 2, perjanjian tersebut dibuat dengan berdasarkan pada hukum Indonesia. Berdasarkan kategori dari unsur-unsur perjanjian, maka perjanjian waralaba harus memenuhi unsur-unsur dalam perjanjian waralaba, yaitu adanya pihak *franchisor* dan *franchisee*, ada persetujuan antara para pihak, persetujuan bersifat tetap bukan suatu perundingan, ada tujuan yang hendak dicapai, ada prestasi yang akan dilaksanakan, berbentuk lisan atau tulisan, ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian. Selain itu, perjanjian *franchise* haruslah memenuhi syarat sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata antara lain, adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, terdapat objek yang akan di *franchisekan*, karena sebab yang halal, terdapat tujuan perjanjian, terdapat ketentuan pembayaran royalti kepada *franchisor*. Sedangkan Hak Kekayaan Intelektual yang terdapat dalam perjanjian *franchise* antara lain adalah, Hak Merek, Paten, dan Hak Cipta.

B. Saran

1. Bagi pihak penyelenggara perjanjian waralaba, lebih memperhatikan unsur-unsur dalam perjanjian bisnis waralaba agar tidak menimbulkan wanprestasi baik bagi Pemberi Waralaba (*franchisor*) maupun Penerima Waralaba (*franchisee*).

¹⁴ Agustina, dwi ,isdianyana kusuma ayu,dan m.taufik.penyelesaian sengketa antara franchise dan franchisor dalam perjanjian waralaba, hal 10

2. Bagi Pemerintah dapat memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang Peluang berbisnis dengan sistem waralaba, Dengan adanya peraturan perundang-undangan tentang penyelenggaraan waralaba di Indonesia ini semoga dapat melancarkan bisnis waralaba yang ada di Indonesia, dan dapat mengatur dengan baik saat berjalannya bisnis waralaba pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto (2019, hlm. 136) *metode penelitian*
- Agus, N. S. (2017). *Hukum Bisnis: Dilengkapi Dengan Kajian Hukum Bisnis Syariah*. Bandung: PT Refika Aditama.
- H.wina anjaya (2015, hlm. 47) *metode-metode yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif*.
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, Op.Cit, h.18
- Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, (2003, h.1) *Perikatan yang Lahir dari Undang- Undang, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada*
- Komariah. (2019). *Hukum Perdata*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mariam Darus Badruzaman, S. R. (2001). *Kompilasi Hukum Perikatan*. Jakarta: Citra Aditya Abadi.
- M Yahya Harahap, (1982, h.25) *Segi-segi hukum perjanjian, Bandung: Alumni*
- Sanusi Bintang dan Dahlan, (2000, h.16) *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti*
- Salim H.S, (2010, h.27) *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, Jakarta: Sinar Grafika*
- Sutedi Adrian, *Hukum Waralaba, Ghalia Indonesia, Bogor Selatan,2000*
- Subekti, R. (2005). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermedia.
- Sumarsono, S. (2009). *Manajemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta.
- Sugiyono (2018, hlm. 9) *Jenis-jenis metode penelitian*
- Tambunan, T. S. (2019). *Hukum Bisnis*. Jakarta: Prenamedia.
- Wirjono Prodjodikoro, (1981, h.9) *Asas-Asas Hukum Perjanjian. Bandung: PT. Sumur*

Jurnal

- Arikunto, *metode penelitian*,2019
- Agustina, Dwi, Isdiyana Kusuma Ayu, and M. Taufik. 'Penyelesaian Sengketa Antara Franchisee dan Franchisor Dalam Perjanjian Waralaba.'

Atmoko dwi, penerapan asas proposionalitas dalam perjanjian waralaba (*franchise*) pada suatu hubungan kontrak bisnis, *jurnal hukum sasana*

Anjaya,W.H,*metode-metode yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif*,2015

Badruzaman, miriam d,*aneka hukum bisnis,bandung alumni*,1994.

Dzuluqy, Suryati. "Bisnis Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah."

Tahkim 15, no.1 (2019).

Felicia,s *Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (Analisis Kontrak Bisnis Waralaba Lokal "Apotek k-24 di Semarang*.

Farida, Z. A, *perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian warala*,2019.

Hada,h.s *tinjauan yuridis pelaksanaan perjanjian waralaba (franchise)*.

Idrus, Norman Syahdar. "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam." *Jurnal Yuridis* 4, no.1 (2017).

Kadek, *Pengaturan Klausula dan pendaftaran perjanjian waralaba berdasarkan peraturan menteri perdagangan nomor 71. tahun 2019*.

Paryani, Luh Suni Muci, And Dewa Gede Rudy. "Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Pada Lembaga Bimbingan Belajar di Kota Denpasar." *Jurnal Kertha Semaya* 3 no.2 (2015).

Paryani, Luh Suni Muci, and Dewa Gede Rudy. Op. Cit, h. 6

Ruauw, Merry TJ. "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Dalam Perjannian Franchise.' *Jurnal Hukum Unsrat* 1, no. 1 (2013).

Rahman Ardi, *Akibat Hukum PemutusanPerjanjian Waralaba Secara Sepihak Oleh Franchisor Sebelum Berakhir Kontrak*.

Ruauw, Merry TJ. "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Dalam Perjannian Franchise.' *Jurnal Hukum Unsrat* 1, no. 1 (2013).

Rustinah hariyani,*tinjauan yuridis perjanjian bisnis waralaba (franchise) antara franchisor dan franchisee dalam dinamika perekonomian di indonesia*,journal of law,2021

Sidabalok, Janus. *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional)*. Yayasan Kita Menulis, 2020, Subandini, Herni Aning. Op. Cit., h. 43.

Theodoron, Vincent. "Implikasi Hukum atas

Perjanjian Waralaba Yang Tidak Didaftarkan Terkait Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Studi Putusan Nomor 336/Pdt. G/2009/Pn. Jkt. Pst)." (2020).

Widodo, Selamat. "Karakteristik Yuridis Perjanjian Waralaba." *Kosmik Hukum* 16, No. 1 (2017).

Mawanda, Akbar Hiznu. "Urgensi Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) Terhadap Keabsahan Suatu Perjanjian Waralaba." *PhD diss., Universitas Airlangga, 2012.*

Undang-undang

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 1 Angka 1 Tentang waralaba

Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007.

Permendag No. 64 Tahun 2020

kitab undang-undang hukum perdata pasal 1313

Website/Internet

<https://majoo.id/solusi/detail/waralaba-adalah>

<https://www.fortuneidn.com/business/amp/desy/mengenal-bisnis-waralaba-jenis-usaha-yang-banyak-diminati-masyarakat>

Tokopedia "istilah waralaba": <https://kamus.tokopedia.com/w/waralaba>,

Hukum Oline "Prosedur Pendaftaran Prospektus dan Perjanjian Waralaba".

Dikutip dari laman:

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/pendaftaran-waralaba-cl2928/>

diakses pada tanggal 21 november 2023,

Simply id "pengertian franchise atau usaha waralaba menurut para ahli" [https://www. Simply.group.co.id /pengertian-franchise-atau-usaha-waralaba-menurut-para-ahli](https://www.simply.group.co.id/pengertian-franchise-atau-usaha-waralaba-menurut-para-ahli)