

Analisis Yuridis Hukum Waralaba ditinjau dari Aspek Hukum Keperdataan

Gerald Febrian Setyawan¹ Urbanisasi²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: gerald.205210258@stu.untar.ac.id¹ urbanisasi@fh.untar.ac.id²

Abstrak

Waralaba muncul dikarenakan dampak dari majunya sistem perekonomian secara global. Didalam dunia usaha, khususnya dalam dunia perdagangan Indonesia banyak didominasi oleh perdagangan barang yang merupakan hasil kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha asing, bahkan terdapat banyak kerjasama perdagangan yang bisa terjalin di antara sesama pengusaha di Indonesia. Adapun bentuk-bentuk waralaba banyak di jumpai di lingkungan kita diantaranya usaha makanan cepat saji seperti yang berasal dari luar dan dalam negeri seperti Mc Donald, KFC, Pizza Hut, RM Sederhana, Mbok Berek, Ny Suharti dan masih banyak brand lainnya yang Familiar hingga bisnis perabotan rumah dan furniture kantor seperti Ace Hardware serta Ikea. Di Indonesia dasar hukum yang mengatur waralaba pada dasarnya tidak tercantum dalam KUHP, melainkan diatur dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan juga Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012. Pada dasarnya perjanjiannya waralaba merupakan jenis perjanjian yang lahir dan tumbuh di masyarakat yang pengaturannya bisa dilihat pada penjelasan sebelumnya, oleh karenanya maka perjanjian waralaba tergolong dalam jenis perjanjian innominaat. Sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba pada dasarnya aspek hak kekayaan intelektual sangat berperan didalamnya. Bentuk perlindungan hukum yang terdapat dalam sebuah waralaba bisa digolongkan kedalam dua jenis perlindungan hukum yaitu perlindungan yang berbentuk preventif dan perlindungan represif, adapun bentuk sanksi yang dapat diterapkan ialah berupa sanksi administratif, peringatan tertulis atau pun juga dapat dikenakan pencabutan STPW bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan. Sebagai pranata sosial dibidang perdagangan waralaba atau yang lebih kita kenal dengan sebutan *Franchise* pastilah tidak lepas dari segala kelemahannya, meskipun demikian sistem ini masih memiliki berbagai asas kemanfaatan maupun keunggulan-keunggulan di dalamnya.

Kata Kunci: Hukum, Pemberi, Penerima, Waralaba



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Dampak dari semakin majunya perkembangan zaman sangatlah berdampak pada banyak budaya asing yang masuk ke Indonesia. Majunya perkembangan ini menyebabkan banyaknya usaha yang berkembang baik itu dari bidang kuliner, bidang perabotan rumah, furniture kantor dan masih banyak lagi. Didalam dunia usaha, khususnya dalam dunia perdagangan Indonesia banyak didominasi oleh perdagangan barang yang merupakan hasil kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha asing, bahkan tidak banyak juga kita lihat kerjasama perdagangannya juga bisa terjalin di antara sesama pengusaha di Indonesia. Kerjasama perdagangan barang dan jasa antar pengusaha tersebut dinamakan *Franchise* atau waralaba.

Majunya perkembangan bidang usaha ini didasari oleh banyaknya bisnis waralaba (*Franchise*) yang hadir di Indonesia yang terbagi ke beberapa golongan usaha baik itu dari aneka ragam makanan cepat saji (*Fast Food*) seperti contohnya McDonald, KFC, Hoka-Hoka Bento, Richeese, Mixue, Menantea, JCO. Hingga bisnis perabotan rumah dan furniture kantor seperti Ikea, Ace Hardware, Informa dan masih banyak lagi merek-merek usaha lainnya.

Bisnis Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya merupakan hal yang baru dalam dunia perdagangan Indonesia, meskipun sistem ini sudah berlangsung cukup lama di negara-negara maju seperti Amerika dan negara-negara Eropa lainnya. Di Indonesia bisnis waralaba atau yang lebih kita kenal sebagai *Franchise* saat ini sudah mulai marak tumbuh disekitar kita, hal ini dikarenakan murah biaya pendaftaran dan persediaan bahan yang sudah jelas. Waralaba merupakan salah satu yang efektif untuk memperluas jaringan usaha dan dalam menjawab tantangan zaman modern.

Sejak beberapa tahun belakangan ini bisnis waralaba atau *Franchise* tidak hanya muncul di berbagai kota besar saja melainkan sudah mulai merambah ke berbagai daerah-daerah di seluruh Indonesia bahkan sudah mulai masuk ke kota-kota sekalipun. Hal ini sekali lagi membuktikan bahwa efek dari globalisasi sudahlah masif dan sudah tidak terelakan lagi. *Franchise* pada intinya merupakan sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Sebuah *Franchise* pada dasarnya haruslah di jalankan sesuai dengan prosedur dan tata cara yang sudah ditetapkan oleh *Franchisor*. Perjanjian *Franchise* pada dasarnya merupakan sebuah perjanjian baku yang dibuat oleh *Franchisor* dengan *Franchisee*. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan tadi penulis tertarik untuk membuat suatu jurnal hukum yang berjudul "Tinjauan Yuridis Mengenai Aspek Hukum Waralaba Dalam Hukum Indonesia".

Rumusan Masalah: Berdasarkan latar belakang tersebut adapun rumusan masalah yang menjadi pokok permasalahan dari penulisan ini ialah sebagai berikut: Bagaimana Pengaturan perjanjian waralaba dalam perspektif hukum Indonesia? Bagaimana Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian bisnis waralaba? Apa saja Kelebihan dan kekurangan dari bisnis waralaba?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan metode yuridis normatif, dimana dalam membuat tulisan ini penulis mengkaji berbagai macam sumber kepustakaan atau sumber bacaan baik itu dari jurnal-jurnal hukum, buku-buku hukum serta peraturan perundang-undangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaturan perjanjian waralaba dalam hukum perspektif hukum Indonesia

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya dalam latar belakang makalah, waralaba (*Franchise*) pada dasarnya merupakan sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa *Franchisor* (pemberi waralaba) memberikan lisensinya kepada *franchisee* (penerima waralaba) untuk melakukan suatu kegiatan pendistribusian barang atau jasa di bawah nama dan identitas *Franchisor*. Adapun dalam hal ini *Franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan setiap kegiatan pendistribusian barang atau jasa di bawah nama dan identitas *Franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *Franchisor* dan *Franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*.

Istilah waralaba merupakan gabungan dari kata "wara" dan "laba". Kata Wara memiliki pengertian lebih atau istimewa dan kata laba merujuk pada keuntungan. Walaupun *Franchise* dipopulerkan di negara Amerika, namun asal mula kata *Franchise* berasal dari Prancis dan Inggris. Waralaba merupakan terminologi hasil terjemahan dari kata *Franchise*. Kata "Franchise" sendiri memiliki makna kebebasan (*Freedom*). Waralaba ini pada dasarnya lahir atau muncul di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep *franchising* sebagai suatu cara untuk mengembangkan

bisnis usahanya. Hal ini juga terjadi pada perusahaan-perusahaan minuman keras yang memberikan lisensinya kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. *Franchise* dengan cepat menjadi model yang dominan dalam mendistribusikan barang dan jasa di Amerika Serikat.

Di Indonesia eksistensi dari munculnya praktik bisnis *Franchise* atau waralaba sudah tergolong lumayan lama, bahkan sudah ada sebelum UU yang mengatur mengenai usaha kecil disahkan, namun istilah waralaba barulah muncul pertama kali didalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yaitu tepatnya tercantum didalam Pasal 27 huruf d yang menyatakan, bahwa waralaba adalah salah satu pola kemitraan. Lalu untuk melaksanakan ketentuan ini sebagaimana yang sudah diatur didalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tersebut, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Adapun hal tersebut bisa kita lihat pada bagian konsiderans “mengingat” angka 4 Peraturan Pemerintah ini, yang mengandung pengertian bahwa Undang-Undang No.9 Tahun 1995 berperan besar dalam pembentukan Peraturan Pemerintah ini dikarenakan pada dasarnya UU tersebut merupakan salah satu dasar acuan dari terbentuknya peraturan ini.

Pada dasarnya pengaturan perjanjian waralaba tidak terdapat dalam KUHPer. Menurut Salim H.S., bahwa secara prinsip, kontrak dari aspek namanya dapat digolongkan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu 1) Kontrak nominaat; dan 2) Kontrak innominaat. Kontrak nominaat bisa diartikan sebagai kontrak-kontrak atau perjanjian-perjanjian yang sudah dikenal didalam KUHPerdata, sedangkan kontrak innominaat adalah kontrak-kontrak yang timbul, tumbuh, dan berkembang di dalam praktek kehidupan masyarakat. Salim H.S., berpendapat bahwa kontrak innominaat dapat dibagi lagi menjadi 3 bagian yaitu 1) Kontrak innominaat yang telah diatur secara khusus dan dituangkan dalam bentuk undang-undang dan atau telah diatur dalam pasal-pasal tersendiri; 2) Kontrak innominaat yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah; 3) Kontrak innominaat yang belum ada undang-undangnya di Indonesia. Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan diatas maka kita dapat menarik kesimpulan bahwa pada dasarnya perjanjian waralaba termasuk kedalam perjanjian innominaat yang pengaturannya telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007. Adapun penyelenggaraan waralaba lebih lanjut lagi diatur di dalam Peraturan Menteri perdagangan No. 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Berdasarkan sebagaimana yang dimaksud dalam di dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 sebuah waralaba yang akan diberikan oleh *Franchisor* (pemberi waralaba) kepada *Franchisee* (penerima waralaba) haruslah memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut: Memiliki ciri khas usaha; Terbukti sudah memberikan keuntungan; Memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa; Mudah diajarkan dan diaplikasikan; Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan Hak kekayaan intelektualnya telah terdaftar.

Dari keenam kriteria tersebut yang telah ditentukan dalam Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tersebut menunjukkan bahwa di dalam sebuah waralaba terdapat adanya aspek hak kekayaan intelektual didalamnya. Sebuah waralaba haruslah diwajibkan untuk mendaftarkan Hak kekayaan intelektualnya, Kekayaan intelektual yang dimaksud dalam hal ini meliputi tiga hal yaitu diantara ada hak cipta, hak paten, hak merek, rahasia dagang, desain industri, dan lain sebagainya. Hak kekayaan intelektual tersebut dapat diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba sebagaimana diatur dalam Pasal 80 Undang-Undang No.28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 69 Undang-Undang No.14 Tahun 2001 tentang Paten, Pasal 42 Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 6 Undang-Undang No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Pasal 33 Undang-Undang No.31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.

Biasanya dalam bisnis waralaba, hak kekayaan intelektual yang diperjanjikan tersebut terletak pada aspek merek dan hak ciptanya saja. Pemberian waralaba oleh *Franchisor* kepada *Franchisee* haruslah dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis dan haruslah ditulis didalam bahasa Indonesia, dengan memperhatikan hukum Indonesia. Apabila perjanjian tersebut dibuat dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia terlebih dahulu. Kewajiban penggunaan bahasa Indonesia dalam perjanjian tersebut ditegaskan dalam Pasal 31 ayat (1) Undang-Undang No.24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan. Adapun dalam sebuah perjanjian waralaba haruslah memuat setidaknya hal-hak berikut ini:

1. Nama dan alamat para pihak;
2. Jenis hak kekayaan intelektual;
3. Kegiatan usaha;
4. Hak dan kewajiban para pihak;
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
6. Wilayah usaha;
7. Jangka waktu perjanjian;
8. Tata cara pembayaran imbalan;
9. kepemilikan , perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
10. Penyelesaian sengketa;
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Waralaba

Pada dasarnya bisnis *Franchise* atau waralaba ditujukan sebagai cara mempercepat pendapatan keuntungan bagi para pelakunya. Seperti yang sudah disinggung sebelum perjanjian waralaba merupakan perjanjian innominaat, dikarenakan pada dasarnya perjanjian ini lahir, timbul, dan berkembang dalam kehidupan masyarakat. Keberadaan perjanjian innominaat diperbolehkan keberadaannya di dalam masyarakat asal tidak bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum dan kesusilaan. Lahirnya perjanjian tersebut di dalam prakteknya berdasarkan pada asas kebebasan berkontrak atau kebebasan dalam mengadakan suatu perjanjian. Di dalam suatu pembuatan perjanjian waralaba diwajibkan adanya syarat sahnya perjanjian didalamnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPer yang pada intinya mengatur tentang kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, objek tertentu, dan sebab yang halal.

Dalam hal ini bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada para pihak dalam perjanjian bisnis waralaba ialah berupa perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif pada dasarnya ditujukan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa antara pihak yang satu dengan pihak yang lain didalam bisnis waralaba (*franchise*). Dalam hal ini Para pihak pelaku *franchise* diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu aturan keputusan mendapat bentuk yang sudah pasti (*definitif*). Adapun Perlindungan hukum preventif ditujukan untuk mencegah terjadinya suatu pelanggaran terhadap sebuah *franchise* serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban dalam sebuah *franchise*. Sedangkan keberadaan perlindungan hukum represif lebih ditujukan untuk menyelesaikan suatu sengketa dari kedua belah pihak pelaku *franchise*. Apabila nantinya dalam perjanjian waralaba ini terjadi sebuah potensi munculnya sebuah sengketa didalamnya, lembaga yang berhak untuk menangani sengketa ini ialah Pengadilan umum dan Pengadilan Administrasi Negara. Perlindungan represif ini pada dasarnya ditujukan sebagai bentuk perlindungan akhir bagi para pihak

dimana didalamnya terdapat sebuah sanksi didalamnya baik itu berupa denda, penjara, dan hukuman tambahan.

Mengenai sanksi yang sudah disebutkan tadi, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 16 ayat (1) menyebutkan bahwa Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai dengan kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administratif, peringatan tertulis atau pun juga dapat dikenakan pencabutan STPW bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012, sanksi tersebut diatur lebih lanjut dalam Pasal 32 yang mengatakan pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dan Pasal 10, dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis dan denda terhadap pemberi maupun penerima waralaba. Selain itu upaya perlindungan hukum waralaba juga bisa kita lihat dalam Pasal 33 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012, dimana selain diberikan sanksi administratif sanksi yang dapat dikenakan juga bisa berupa pemberhentian sementara STPW, maupun pencabutan STPW.

Kelebihan dan Kekurangan Dari Bisnis Waralaba (*Franchise*)

Sebagai pranata sosial dibidang perdagangan waralaba atau yang lebih kita kenal dengan sebutan *Franchise* pastilah tidak lepas dari segala kelemahannya. Meskipun begitu sistem ini tidak sedikit juga mempunyai berbagai kemanfaatan atau keunggulan didalamnya. Adapun kekurangan dan kelebihan dari Waralaba itu sendiri akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi pemilik *Franchise*

a. Kelebihan

- 1) Sistem usaha dapat berkembang dengan cepat melalui modal *Franchisee*;
- 2) Wilayah pasarnya meluas dengan cepat melalui usaha dari *Franchisee*;
- 3) Modal untuk memperluas usaha lebih kecil dikarenakan sebagian besar biayanya ditanggung oleh *Franchisee*;
- 4) *Franchisor* tidak banyak membutuhkan karyawan, dimana hal ini berdampak pada lebih sedikitnya karyawan yang dibutuhkan *Franchisor* pada kantor pusatnya;
- 5) Menghemat biaya promosi dikarenakan pada dasarnya biaya promosi tersebut ditanggung oleh sekelompok orang.

b. Kekurangan

- 1) Dalam hal terdapatnya sebuah perubahan, *Franchisor* tidak dapat melakukannya dengan cepat mengingat adanya tambahan biaya dan lain-lain guna mewujudkan perubahan tersebut;
- 2) Jika semisalnya *Franchisee* tersebut jatuh kepada pihak yang tidak tepat maka hal ini bisa berdampak kepada jatuhnya reputasi dari *Franchisor*;
- 3) Sistem *Franchise* pada dasarnya merupakan suatu ikatan perjanjian jangka panjang yang mana dalam hal ini membuat *Franchisor* tidak dapat begitu saja mengakhiri kegiatan kerja sama ini secara sepihak tanpa adanya alasan yang sah.

2. Bagi penerima *Franchise*

a. Kelebihan

- 1) Kemungkinan berhasilnya usaha lebih besar jika dibandingkan usaha sendiri karena produk dan nama usahanya sudah dikenal oleh masyarakat sekitar;
- 2) *Franchisee* memiliki kemudahan dalam membeli sediaan produk dikarenakan ia sebagai anggota dari kelompok yang besar;
- 3) *Franchisee* dapat memanfaatkan produk baru yang dikembangkan oleh bagian penelitian dari pihak *Franchisor*;

- 4) Mendapatkan pelatihan dari *Franchisor*;
 - 5) *Franchisee* turut menikmati reputasi, kekuatan dan keharuman nama dagang/merek dari *Franchisor*;
 - 6) *Franchisee* dapat menikmati atau memanfaatkan paket-paket keuangan yang mungkin disediakan oleh *Franchisor* dalam sistem perbankan;
 - 7) *Franchisee* dapat bekerja dengan menggunakan sistem yang sudah mantap, prosedur dan pedoman operasi yang sudah sesuai dengan standar, sehingga dengan demikian tidak perlu bersusah payah menciptakan suatu strategi pemasaran yang baru atau sistem manajemen yang baru.
- b. Kekurangan
- 1) Menimbulkan adanya keterikatan dengan *Franchisor*, dimana jenis produk yang ditawarkan oleh pihak *Franchisee* biasanya terbatas dan sangat bergantung pada prestasi *Franchisor*;
 - 2) Biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi *Franchisee* tidaklah sedikit dikarenakan seorang *Franchisee* diwajibkan untuk membayar yang pangkal dan royalti;
 - 3) *Franchisee* merupakan bagian dari lingkungan tertentu sehingga ia tidak bebas lagi dalam menjalankan usahanya, dimana dalam menjalankan usahanya tersebut seorang *Franchisee* haruslah memenuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh *Franchisor*.

KESIMPULAN

Didalam dunia usaha, khususnya dalam dunia perdagangan Indonesia banyak didominasi oleh perdagangan barang yang merupakan hasil kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha asing, bahkan tidak banyak juga kita lihat kerjasama perdagangannya juga bisa terjalin di antara sesama pengusaha di Indonesia. Di Indonesia dasar hukum yang mengatur waralaba pada dasarnya tidak tercantum dalam KUHPer, melainkan tercantum dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan juga Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012. Pada dasarnya perjanjiannya waralaba merupakan jenis perjanjian yang lahir dan tumbuh di masyarakat yang pengaturannya bisa dilihat diatas, oleh karenanya maka perjanjian waralaba tergolong kedalam perjanjian innominaat. Sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba pada dasarnya aspek hak kekayaan intelektual sangat berperan didalamnya. Bentuk perlindungan hukum yang terdapat dalam sebuah waralaba bisa digolongkan kedalam dua jenis perlindungan hukum yaitu perlindungan yang berbentuk preventif dan perlindungan represif, adapun bentuk sanksi yang dapat dikenakan ialah berupa sanksi administratif, peringatan tertulis atau pun juga dapat dikenakan pencabutan STPW bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan. Sebagai pranata sosial dibidang perdagangan waralaba atau yang lebih kita kenal dengan sebutan *Franchise* pastilah tidak lepas dari segala kelemahannya, meskipun begitu sistem ini tidak sedikit juga mempunyai berbagai kemanfaatan atau keunggulan didalamnya.

Saran: Memang pada dasarnya bisnis waralaba atau *Franchise* pada akhir-akhir ini banyak dipilih oleh para pengusaha sebagai kegiatan usaha mereka. Namun meskipun begitu sebelum memulai bisnis waralaba atau *Franchise* seorang penerima waralaba atau seorang *Franchisee* haruslah benar-benar berkomitmen dalam usaha ini dikarenakan biasanya jangka waktu pelaksanaan perjanjian waralaba ini tidaklah sebentar dan pada dasarnya memakan modal yang tidak sedikit, agar nantinya dalam pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba ini kedua belah pihak baik itu penerima maupun pemberi waralaba dapat terhindar dari segala macam sanksi yang bisa merugikan kedua belah pihak kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Idrus, Norman Syahdar. (2017) Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata Dan Hukum Islam, Jurnal Yuridis Vol. 4 No. 1, Juni 2017. 37
- Miru, Ahmadi. (2011). Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak. Jakarta: Rajawali Pers
- Prasmita Sari, Putu dan I Gusti Ngurah Parwata, Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise. Jurnal Kertha Semaya Vol 6 No 2, Januari 2018. 3
- S, Salim H. (2003). Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika
- Sewu, P. Lindawati. S. (2004). Franchise: Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum & Ekonomi, Bandung: CV Utomo
- Slamet, Sri Redjeki. (2011). Waralaba (Franchise) di Indonesia, Jurnal Lex Jurnalica Volume 8 Nomor 2. 128
- Suharnoko. (2004). Hukum Perjanjian, Teori dari Analisis Kasus. Jakarta: Kencana
- Sutedi, Adrian (2008). Hukum Waralaba. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Syahrani, H. (2012) Bisnis Waralaba Di Indonesia Dalam Perspektif Hukum Bisnis Syariah. Jurnal Studi Ekonomi Vol 3 No 2, Desember 2012. 131