

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP BALI WEAR KODACHI ATAS TINDAKAN WANPRESTASI OLEH ABRA STORE.ID DALAM PERJANJIAN WARALABA

Anak Agung Gde Agung Manuana Putra, Ni Luh Made Mahendrawati, Ni Made Puspasutari Ujianti
Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa, Indonesia
gungdeagung2001@gmail.com, made.mahendrawati@gmail.com, puspa.niwapong@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang saat ini mendapat banyak perhatian adalah bisnis waralaba karena memiliki daya tarik yang besar dan potensi untuk menghasilkan keuntungan melalui sistem lisensi waralaba. Namun, dalam praktiknya, seringkali terjadi wanprestasi, seperti kelalaian dalam pembayaran royalti. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada Bali Wear Kodachi sebagai pewaralaba jika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pihak Abra Store.id sebagai terwaralaba, serta bagaimana pelaksanaan klausula perjanjian waralaba antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.id. Penelitian ini bersifat empiris. Perlindungan hukum bagi Bali Wear Kodachi dalam menghadapi wanprestasi yang dilakukan oleh pihak terwaralaba selama ini didasarkan pada kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Untuk mencapai keadilan dalam berkontrak, penting untuk memperhatikan beberapa unsur dalam perjanjian itu sendiri, sambil tetap mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, terutama Pasal 1338. Di masa depan, kerjasama antara pemerintah dan para pihak terkait perlu ditingkatkan agar bisnis waralaba dapat berjalan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

Kata Kunci: Waralaba, Wanprestasi Perjanjian, Usaha

ABSTRACT

One business that is currently receiving a lot of attention is the franchise business because it has great appeal and the potential to generate profits through the franchise license system. However, in practice, defaults often occur, such as negligence in royalty payments. The formulation of the problem in this study is how legal protection is given to Bali Wear Kodachi as a franchisee in the event of a default committed by Abra Store.id as a franchisee, and how the implementation of the franchise agreement clause between Bali Wear Kodachi and Abra Store.id. This research is empirical. Legal protection for Bali Wear Kodachi in the face of default committed by the franchisee has been based on a written contract in the form of a cooperation contract. To achieve fairness in contracting, it is important to pay attention to several elements in the agreement itself, while still complying with applicable legal provisions, especially Article 1338. In the future, cooperation between the government and related parties needs to be improved so that the franchise business can run in accordance with the agreement that has been made.

Keywords: Franchise, Default of Agreement, Business

I. PENDAHULUAN

Dalam pengembangan ekonomi, terdapat penjelasan mengenai proses penghasilan perkapita dalam masyarakat selama periode waktu yang cukup panjang. Proses ini menggambarkan perkembangan kesejahteraan dalam masyarakat. Jika diperhatikan, pembangunan dan inovasi merupakan aspek-aspek yang berkaitan erat dengan perubahan sosial. Perubahan dan modernisasi mendorong inovasi ilmiah, dan pada gilirannya mempengaruhi hubungan timbal balik dalam masyarakat, termasuk peran individu dalam kegiatan ekonomi.

Salah satu bisnis yang menjadi penopang pembangunan ekonomi di Indonesia adalah bisnis waralaba (Rivai, 2012). Namun, dalam literatur hukum, waralaba belum sepenuhnya dikenal dengan baik. Hal ini dapat dijelaskan karena waralaba belum menjadi bagian dari budaya bisnis masyarakat Indonesia sejak awal. Dari perspektif ekonomi, sektor pariwisata dapat memiliki dampak yang signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan (Berkahti & Anwar, 2015).

Dalam upayanya untuk meningkatkan pembinaan terhadap bisnis waralaba, dibutuhkan dukungan yang kuat, baik dari pemerintah daerah, yang mencakup kabupaten, kecamatan, desa, hingga kelurahan, maupun kerja sama dengan negara tetangga untuk mendukung bisnis waralaba. Oleh karena

itu, peran pemerintah sangat penting dalam merumuskan regulasi hukum yang dapat mengatur pengelolaan bisnis waralaba di Indonesia. Hal ini bertujuan agar bisnis waralaba dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta memberikan perlindungan hukum yang diperlukan bagi bisnis waralaba di Indonesia (Kurniawan, 2015).

Malik (2007) menjelaskan bahwa sistem pola waralaba dikenal di negara ini sekitar tahun 1950, yang ditandai dengan perkembangan *dealer* kendaraan motor yang melibatkan pembelian lisensi. Awalnya, istilah "*franchise*" tidak diidentifikasi dalam sistem hukum Indonesia. Namun, seiring berjalannya waktu dan pesatnya kemajuan dalam era globalisasi, istilah "*franchise*" atau "waralaba" kemudian dapat diintegrasikan dalam budaya dan hukum masyarakat Indonesia, terutama dalam ranah bisnis waralaba. Dalam konteks ini, istilah tersebut mengacu pada kebebasan yang dirasakan dan dimiliki oleh seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya secara mandiri di wilayah tertentu.

Usaha waralaba tidak hanya terbatas pada bidang perdagangan, melainkan juga merambah ke bidang-bidang lain seperti kuliner, jasa pendidikan, perhotelan, dan bahkan dalam bidang kesehatan. Oleh karena itu, seiring berjalannya waktu, penting bagi pemerintah untuk memperhatikan keberadaan bisnis waralaba ini dengan membuat peraturan yang mengatur aspek hukum dalam menjalankan bisnis dan usaha waralaba. Keberadaan peraturan atau hukum dalam bisnis ini sangat penting terkait dengan kontrak antara para pihak, sehingga ketika terjadi pelanggaran oleh salah satu pihak, dapat memberikan kepastian hukum, seperti dalam hal tindakan wanprestasi (Manulang, 1990).

Pada perjanjian waralaba, terdapat perjanjian yang dibuat dan diatur secara khusus, yang isinya serta hukum perjanjian tersebut tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) (R. & Susilowati, 2014). Namun, perjanjian waralaba dapat tetap diakui oleh hukum karena sistem terbuka yang diterapkan dalam Buku III KUHPerdata memungkinkan perjanjian semacam ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam perjanjian waralaba, terdapat salah satu pasal yang mendukung pelaksanaan kontrak dalam perjanjian waralaba, yaitu tercantum dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdata yang menyatakan bahwa perjanjian yang sah akan berlaku sebagai hukum bagi pihak yang membuatnya sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 1338 KUHPerdata (Oktavi, 2013).

Dalam perikatan atau perjanjian yang mendasar, yang melibatkan keterikatan antara pihak-pihak, seringkali terdapat celah yang bisa dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak jujur dalam melakukan wanprestasi atau ingkar pada perjanjian tersebut. Oleh karena itu, dalam proses pembentukan atau pembuatan suatu perjanjian, penting untuk berhati-hati dan memahami isi kontrak secara mendetail. Hal ini bertujuan agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam perjanjian tersebut. Khususnya dalam bisnis seperti waralaba, di mana keberhasilan usaha sangat bergantung pada permintaan dari masyarakat terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan, para pengusaha muda perlu mampu menemukan inovasi untuk meningkatkan minat konsumen, termasuk menarik minat wisatawan mancanegara.

Terjadinya wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati dalam perjanjian. Wanprestasi dapat termanifestasikan dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah ketika debitur tidak menjalankan kewajiban perjanjian sesuai dengan ketentuan yang seharusnya atau jika kewajibannya dilaksanakan tetapi tidak sesuai dengan yang seharusnya. Tindakan wanprestasi ini berakibat pada timbulnya hak bagi pihak yang dirugikan untuk menuntut ganti rugi (Setiawan, 2018).

Dalam bidang usaha, terutama dalam konteks kontrak waralaba, terdapat potensi dan peluang untuk pelanggaran terjadi. Dari sudut pandang waralaba (*franchisor*), pelanggaran sering kali terkait dengan kelalaian dan ketidakjujuran pihak waralaba (*franchise*). Beberapa contoh pelanggaran yang sering terjadi meliputi kelalaian dalam pembayaran royalti setiap bulan dan ketidakpatuhan terhadap sistem yang telah ditetapkan dalam perjanjian. Secara umum, pelanggaran ini dimulai ketika pihak waralaba tidak mematuhi perjanjian yang telah disepakati. Pelanggaran tersebut bisa terjadi karena kesadaran untuk tidak memenuhi kewajibannya atau karena situasi yang sangat mendesak (Suarkayasa & Laksana, 2021).

Ketika melihat secara keseluruhan peraturan perundangan yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan waralaba memiliki beragam aspek, termasuk praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat, peredaran barang dan jasa, kemitraan melalui waralaba, serta kriteria, persyaratan, dan aturan terkait praktik waralaba dan kemitraan waralaba. Bisnis waralaba memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dan ada

dasar hukum yang mengatur waralaba dalam KUHPerdata. Pemerintah juga telah mengeluarkan aturan-aturan yang mengatur jalannya bisnis waralaba. Namun, meskipun sudah ada peraturan perundang-undangan yang mengatur pelaksanaan perjanjian waralaba, seringkali masih terjadi sengketa atau permasalahan hukum dalam bisnis ini. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap konsep teori perjanjian waralaba.

Dalam kasus ini, pihak Bali Wear Kodachi adalah toko sepatu yang berperan sebagai pewaralaba atau *franchisor*. Berdasarkan pengalaman yang dialami oleh pihak Bali Wear Kodachi, terdapat beberapa kasus, di mana pihak terwaralaba yang bernama Abra Store.id selalu mengalami keterlambatan dalam melaporkan keuangan secara tertulis kepada *franchisor*. Di sisi lain, pihak Abra Store.id juga melakukan kecurangan dengan tidak memesan stok sepatu dari pihak Bali Wear Kodachi sesuai dengan isi perjanjian waralaba.

Oleh karena itu, saya ingin mengkaji lebih mendalam dan spesifik mengenai waralaba dari Bali Wear Kodachi yang berpusat di Denpasar, Bali. Dalam perjanjian waralaba antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.id, terdapat beberapa klausul yang dilanggar oleh pihak terwaralaba. Pertama, Abra Store.id sebagai pihak terwaralaba terlambat dalam melaporkan keuangan bulanan dan juga terlambat melakukan pembayaran *royalty fee* sebesar 15% dari keuntungan setiap bulannya. Kedua, Abra Store.id juga terbukti melakukan kecurangan dengan diam-diam melakukan pembelian stok sepatu dari distributor lain. Karena adanya tindakan tersebut, saya tertarik untuk membahas tema tentang "Perlindungan Hukum Terhadap Bali Wear Kodachi atas Tindakan Wanprestasi yang Dilakukan oleh Abra Store.id dalam Perjanjian Waralaba."

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulisan ini akan mengulas dua permasalahan utama. Pertama, bagaimana perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada Bali Wear Kodachi sebagai pewaralaba dalam menghadapi tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak Abra Store.id sebagai terwaralaba. Kedua, bagaimana pelaksanaan klausula perjanjian waralaba antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.id.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode empiris. Penelitian hukum empiris merupakan jenis penelitian yang menggunakan data yang diperoleh dari lapangan, seperti data dari wawancara, dokumen, dan pengamatan (Muhaimin, 2020). Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri atas dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari tangan pertama (Abdullah, 2017). Data primer bisa diperoleh dengan cara melakukan wawancara, penyebaran angket dan pengamatan secara langsung di lapangan. Wawancara terstruktur merupakan tata cara sistematis yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai responden melibatkan pewawancara yang mengajukan serangkaian pertanyaan yang telah diatur sebelumnya kepada responden, dan respon mereka dicatat dalam format yang telah ditetapkan untuk memastikan standarisasi. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang terstruktur dan terukur dengan baik dari responden (Hakim, 2013). Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (Faiqoh, 2017). Media tersebut bisa berupa undang-undang, buku bacaan dan lain sebagainya yang berkaitan dengan hal yang diteliti. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik untuk mewawancari beberapa narasumber. Data primer ataupun data sekunder yang telah diperoleh dianalisis dengan cara mengkaitkan satu sama lain. Hasil analisis akan disajikan secara deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam mungkin melalui pengumpulan data (Abubakar, 2021).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam usaha dan bisnis waralaba, hubungan antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.id terbentuk melalui sebuah perjanjian yang secara resmi dikenal sebagai perjanjian *Franchise*. Dokumen ini menggambarkan berbagai transaksi yang dijelaskan bersama dalam perjanjian *Franchise*. Sayangnya, perjanjian bisnis standar ini sering kali tidak mencerminkan prinsip keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak. Ketidakseimbangan ini muncul karena adanya perbedaan dalam posisi tawar antara para pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut (H. S., 2019).

Sinaga (2019) memberikan definisi perjanjian atau kontrak sebagai rangkaian janji atau satu janji dengan implikasi hukum yang mengikat, terutama ketika terjadi pelanggaran yang dapat mengakibatkan sanksi. Sedangkan Subekti dalam Gumanti (2012) menjelaskan bahwa perjanjian adalah

kesepakatan di mana satu atau lebih pihak berjanji untuk melakukan sesuatu. Pasal 1313 KUHPerdata menggambarkan perjanjian sebagai tindakan di mana satu orang atau lebih sepakat untuk mengikatkan diri terhadap sesuatu yang telah disepakati. Unsur-unsur utama dalam perjanjian meliputi keberadaan dua pihak atau lebih, adanya kesepakatan atau persetujuan, saling memberikan, dan adanya objek yang menjadi pokok perjanjian.

Apabila kita melihat secara umum peraturan perundangan yang berlaku, ketentuan-ketentuan dalam bisnis waralaba memiliki variasi yang cukup luas. Ini mencakup aspek-aspek seperti praktik monopoli dan persaingan yang tidak sehat, peredaran barang dan jasa, kemitraan melalui waralaba, serta kriteria, persyaratan, dan aturan terkait praktik dan kemitraan waralaba. Perlindungan hukum dalam perjanjian waralaba yang dilakukan oleh Bali Wear Kodachi didasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang usaha waralaba. Dalam perjanjian ini, terdapat klausula-klausula yang bertujuan untuk mencegah pelanggaran kontrak dan mengatur batasan-batasan dalam menjalankan kewajiban yang terdapat dalam perjanjian waralaba tersebut. Tentang pemberian hak *franchise* oleh pihak *franchisee* atau waralaba kepada penerima waralaba, serta mengenai hak-hak yang dapat digunakan oleh pihak terwaralaba, seperti penggunaan merek dagang, hak cipta, paten, dan rahasia dagang (Adilman, 2010). Selain itu, peraturan ini mengatur seluruh mekanisme pembayaran kepada pihak terwaralaba, termasuk biaya *fee*, *royalty*, dan biaya promosi. Terdapat juga ketentuan mengenai keseragaman dan standar operasi, di mana pihak terwaralaba diharuskan mematuhi peraturan terkait manajemen usaha, pelaporan keuangan, tata letak tempat usaha, serta standar pelayanan usaha agar sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan oleh pewaralaba.

Selanjutnya, ada kewajiban bagi pewaralaba untuk memberikan izin penggunaan hak, seperti layanan pelatihan tenaga kerja, pelaksanaan operasional perusahaan, pengawasan kinerja, serta penyediaan manual pengoperasian (Sari, 2009). Lebih lanjut, Arifiah (2008) menjelaskan klausula terakhir, mengenai pelatihan, mencakup aspek-aspek seperti biaya pelatihan, lokasi pelatihan, dan durasi pelatihan. Pewaralaba, yang disebut sebagai pihak pertama, memiliki hak untuk menerima laporan setiap bulan terkait keuntungan pihak kedua. Laporan tersebut harus disampaikan paling lambat tanggal 5 di bulan berikutnya. Selain itu, pihak pertama berhak atas royalti sebesar 10% dari keuntungan (laba bersih) pihak kedua. Di sisi lain, pihak kedua memiliki kewajiban untuk memberikan panduan operasional dalam pengelolaan bisnis mereka serta menyediakan pengetahuan manajemen pengelolaan secara berkala. Mereka juga harus menguasai teknik penjualan sepatu, menyediakan stok sepatu, serta menyediakan foto-foto produk sepatu untuk memulai usaha. Selanjutnya, pihak pertama juga akan memberikan pelatihan kepada pihak kedua dengan biaya yang ditanggung oleh pihak pertama.

Terwaralaba, yang disebut sebagai pihak kedua, memiliki hak untuk mengikuti program pelatihan pemasaran yang diselenggarakan oleh pihak pertama (Najla, 2009). Mereka juga berhak menerima stok sepatu dan foto-foto katalog sepatu sesuai dengan standar yang ditentukan oleh pihak pertama. Selain itu, pihak kedua memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan bulanan dan laporan tahunan kepada pihak pertama. Mereka juga diwajibkan untuk membeli stok sepatu yang habis setiap bulannya dari pihak pertama dengan nilai sebesar Rp.3.000.000.

Berdasarkan hasil wawancara dengan I Putu Saky Wardana S. E selaku pewaralaba, terdapat beberapa hambatan yang dirasakan selama perjanjian waralaba. Salah satunya adalah kesulitan dalam memantau omset yang diperoleh pihak terwaralaba setiap bulannya, karena adanya perbedaan dalam manajemen keuangan yang diterapkan oleh mereka dibandingkan dengan situasi di lapangan. Selain itu, terkait dengan isi perjanjian, ada masalah yang berkaitan dengan persediaan stok barang yang habis, yang diatur dalam Pasal 3 perjanjian waralaba. Ketika pihak terwaralaba gagal memenuhi kewajiban mereka untuk memesan kembali stok sepatu dari kami senilai Rp.3.000.000 setiap bulannya, kami mengetahui bahwa mereka membeli stok sepatu dari distributor lain dalam dua kesempatan yang berbeda. Meskipun demikian, kami memilih untuk memberikan toleransi dan hanya memberikan teguran.

Dasar hukum perjanjian waralaba antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.Id adalah perjanjian khusus yang tidak termasuk dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian ini didukung oleh ketentuan Pasal 1338 (1) KUHP yang menegaskan prinsip bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya sesuai dengan ketentuan yang terdapat pada Pasal 1338 KUHPerdata. Asas-asas yang menjadi pedoman dalam perjanjian waralaba antara Bali Wear Kodachi dan Abra Store.Id meliputi asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, asas mengikatnya suatu kontrak, dan asas itikad baik. Keempat asas ini

menjadi dasar bagi perjanjian Bali Wear Kodachi dengan Abra Store.Id yang merujuk pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerduta.

Bisnis waralaba, sebagai salah satu bentuk bisnis yang berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Imanullah, 2012). Tidak hanya didasarkan pada dasar hukum yang ada dalam KUHPerduta, pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan yang mengatur operasional bisnis waralaba ini. Walaupun terdapat peraturan perundang-undangan yang mengatur pelaksanaan perjanjian waralaba dan KUHPerduta sebagai landasan hukumnya, namun kenyataannya masih banyak sengketa atau permasalahan hukum yang terjadi dalam perjanjian bisnis waralaba. Masalah ini muncul karena kurang pemahaman terhadap konsep dasar dari teori perjanjian waralaba.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Perlindungan hukum bagi Bali Wear Kodachi dalam kasus wanprestasi yang dilakukan oleh pihak terwaralaba telah diatur dalam kontrak tertulis berbentuk kontrak kerjasama, yang hingga saat ini merupakan hal yang utama. Hal ini sesuai dengan asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata. Namun, karena kontrak waralaba ini hanya berdasarkan kontrak kerjasama, maka kedua belah pihak harus sangat berhati-hati dalam membuat kesepakatan, mengingat bahwa dalam bisnis akan selalu ditemui berbagai hambatan.

Salah satu hambatan yang dihadapi oleh Bali Wear Kodachi adalah kesulitan dalam mengetahui omset yang diperoleh oleh pihak Abra Store.Id setiap bulannya, karena manajemen keuangan yang berbeda dengan situasi yang ada di lapangan. Selain itu, pihak Abra Store.Id juga tidak memesan stok sepatu dari Bali Wear Kodachi, yang sebenarnya telah diatur dalam Pasal 11 dalam perjanjian waralaba. Untuk memastikan pelaksanaan perjanjian waralaba berjalan dengan adil, negosiasi dalam perjanjian menjadi hal yang sangat penting dalam proses pembuatan kontrak. Hal ini memungkinkan para pihak untuk memahami setiap klausula yang disepakati dalam perjanjian. Dalam perjanjian waralaba Bali Wear Kodachi, telah memenuhi klausul minimum yang harus ada dalam perjanjian waralaba.

2. Saran

Bagi pemerintah, diharapkan adanya peraturan khusus yang mengatur usaha waralaba akan menciptakan kepastian hukum dan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat dalam usaha waralaba. Kedua belah pihak, dalam kerjasama bisnis waralaba, diharapkan dapat membangun perjanjian kontraktual yang jelas dan sah yang memberikan perlindungan kepada semua pihak yang terlibat, sehingga tidak ada pihak yang merugikan. Hal ini berlaku untuk pemberi waralaba dan penerima waralaba, dengan pengecualian bahwa kejujuran dan itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian waralaba sangat penting.

Para pihak juga sebaiknya lebih teliti dalam menyusun kontrak atau perikatan agar sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan demikian, jika terjadi wanprestasi atau pelanggaran terhadap perjanjian yang dibuat, pihak yang melanggar akan dapat menerima konsekuensi atas pelanggaran tersebut. Ketelitian dari semua pihak ini akan memastikan bahwa kontrak dapat dilaksanakan sesuai dengan harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. H. (2017). *Penerapan Economic Order Quantity (EOQ) untuk Persediaan Teh Goalpara Seduh dalam Upaya Efisiensi Biaya Persediaan di Unit Industri Hilir Teh pada PT Perkebunan Nusantara VIII* (Skripsi, Universitas Pasundan). Universitas Pasundan, Bandung.
- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adilman, A. (2010). *Perlindungan Hukum Hak dalam Perjanjian Waralaba* (Thesis, Universitas Diponegoro). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arifiah, N. D. (2008). *Pelaksanaan Perjanjian Bisnis Waralaba serta Perlindungan Hukumnya bagi Para Pihak (Studi di Apotek K-24 Semarang)* (Thesis, Universitas Diponegoro). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Berkahti, S., & Anwar, K. (2015). Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata Pantai Selatbaru Kabupaten Bengkalis. *Jom Fisip*, 2(1), 1–11.

- Faiqoh, A. (2017). *Kinerja Guru Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk dan Membina Akhlak Peserta Didik di SMA Muhammadiyah Gisting Lampung Tahun Pelajaran 2016/2017* (Thesis, Universitas Islam Negeri Raden Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Lampung, Bandar Lampung.
- Gumanti, R. (2012). Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau dari KUHPerdara). *Jurnal Pelangi Ilmu*, 5(1).
- H. S., S. (2019). *Hukum Kontrak: Teori dan Praktik Penyusunan Kontrak* (14 ed.). Jakarta: Sinar Grafika.
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara terhadap Elit. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 4(2), 165–172.
- Imanullah, Moch. N. (2012). Waralaba sebagai Instrumen Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Mimbar Hukum UGM*, 24(2), 255–265. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jmh.16133>
- Kurniawan, H. (2015). *Perlindungan Hukum bagi Penerima Waralaba Franchisee dalam Hal dengan Pemberi Waralaba Franchisor Menurut Hukum di Indonesia* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palembang). Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang.
- Malik, C. (2007). Implikasi Hukum Adanya Globalisasi Bisnis Franchise. *Jurnal Hukum*, 1(14), 97–113.
- Manulang, S. H. (1990). *Pokok-Pokok Hukum Ketenagakerjaan Indonesia* (A. Hamzah, Ed.). Indonesia: Rineka Cipta.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum* (1 ed.). Mataram: Mataram University Press.
- Najla, H. (2009). *Analisis Yuridis Mengenai Tanggung Jawab Hukum terhadap Perjanjian Waralaba Menurut PP No. 42 Tahun 2007 Mengenai Waralaba (Studi pada PT. X dan PT. Cahaya Hatindo)* (Skripsi, Universitas Indonesia). Universitas Indonesia, Depok.
- Oktavi, E. (2013). *Perlindungan Hukum bagi Penerima Waralaba dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia* (Thesis, Universitas Islam Indonesia). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- R., E. S., & Susilowati, E. (2014). Kedudukan Tidak Seimbang pada Perjanjian Waralaba Berkaitan dengan Pemenuhan Kondisi Wanprestasi. *Law Reform*, 10(1), 16–30.
- Rivai, M. M. (2012). Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis. *Jurnal Liquidity*, 1(2), 159–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v1i2.146>
- Sari, K. W. (2009). *Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha Waralaba* (Skripsi, Universitas Diponegoro). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Setiawan, I. K. O. (2018). *Hukum Perikatan* (D. M. Listianingsih, Ed.). Jakarta: Sinar Grafika.
- Sinaga, N. A. (2019). Implementasi Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Hukum Perjanjian. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 10(1), 1–20.
- Suarkayasa, K., & Laksana, I. G. N. D. (2021). Akibat Hukum terhadap Franchise yang Melakukan Wanprestasi kepada Franchisor dalam Perjanjian Franchise. *Jurnal Kertha Wicara*, 11(1), 22–31.