

# PROBLEMATIKA PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG HARUS DIPERHATIKAN DI LUAR ISI NASKAH PERJANJIAN

Nandhina Ayu Saraswati  
Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Email : Nandhina\_ayu@ymail.com

## Abstract

*The objectives of this study relates to the development of franchising in Indonesia. It is characterized by the existence of the obstacles often faced by budding entrepreneurs in determining the format of the business to be undertaken. This research will discuss the implementation of the rights and obligations of the parties and the factors that must be considered beyond the agreement by using empirical legal research is descriptive and qualitative research approaches. The data collected by the authors, using direct interviews, literature study on primary and secondary data, and interactive analysis. The result that in the execution of the franchise agreement, is not free from problems, despite being guided by various regulations franchise, problems such as late delivery, late payments, delays in the delivery of training and lack of promotion. Because of the above problems, it is necessary to set the contents of the franchise agreement setting a proportionate and balanced for both parties. While the factors that must be considered beyond the contents of the agreement in the form of precision workmanship and a lack of employee understanding of human resources to the contents of the agreement, the political factors, socio-cultural factors, and economic factors.*

**Keywords:** implementation of the agreements, franchise, factors outside of the Agreement

## Abstrak

Tujuan penelitian ini berkaitan dengan semakin berkembangnya waralaba di Indonesia. Hal ini ditandai dengan adanya kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha pemula dalam menentukan format bisnis yang akan dijalani. Penelitian ini akan membahas mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban oleh para pihak dan faktor-faktor yang harus diperhatikan di luar isi perjanjian dengan menggunakan penelitian hukum empiris yang bersifat deskriptif dan pendekatan penelitian kualitatif. Data tersebut dikumpulkan oleh penulis, dengan menggunakan wawancara secara langsung, studi kepustakaan pada data primer dan sekunder, dan analisis interaktif. Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, tidak lepas dari berbagai permasalahan walaupun sudah berpedoman kepada berbagai peraturan waralaba, permasalahannya seperti keterlambatan pengiriman, keterlambatan pembayaran, keterlambatan dalam pemberian pelatihan maupun kurangnya promosi. Karena problematika tersebut di atas, maka perlu diatur pengaturan isi perjanjian waralaba yang proporsional dan seimbang bagi kedua belah pihak. Sedangkan faktor-faktor yang harus diperhatikan di luar isi naskah perjanjian berupa ketepatan pengerjaan karyawan dan kurangnya pemahaman sumber daya manusia terhadap isi perjanjian, adanya faktor politik, faktor sosial budaya, dan faktor ekonomi.

**Kata kunci:** pelaksanaan perjanjian, waralaba, faktor-faktor di luar perjanjian

## A. Pendahuluan

Kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha pemula adalah menentukan format bisnis yang akan dijalani. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan dan dipelajari. Misalnya, bentuk dan bidang bisnis, proses bisnis, model manajemen, analisis usaha dan lain-lain. Memulai usaha bisnis yang benar-benar baru tentu banyak hal yang masih mengambang dan penuh dengan ketidakpastian. Bagi sebagian orang yang tidak terlalu ingin repot dengan kendala-kendala

tersebut, bisnis waralaba menjadi alternatif untuk memulai usahanya. Peluang bisnis waralaba sesungguhnya cukup potensial bagi pengusaha pemula. Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang yang tepat bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan berhasil (Edy Wahyudi, 2010 : 1 dari [www.jurnalinspirasi.com](http://www.jurnalinspirasi.com) diakses 20 Februari 2013 pukul 13.44).

Pada awalnya, istilah waralaba tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga

waralaba sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang melanda di berbagai bidang, maka waralaba kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Kemudian istilah waralaba yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) (Adrian Sutedi, 2008 : 6-7). Wara berarti istimewa, sedangkan laba berarti keuntungan. Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil mulai disebut istilah waralaba, yang di dalam Pasal 27 mengatur bahwa kemitraan dilaksanakan dengan pola inti plasma, sub kontrak, dagang umum, waralaba, keagenan dan bentuk lain (Moch Najib Imanullah, 2008: 41).

Untuk menindak lanjuti ketentuan tersebut, maka Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007. Dalam Peraturan pemerintah ini yang dimaksud dengan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh 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 atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba (Moch Najib Imanullah, 2008: 41).

Sebagai tindak lanjut diterbitkannya Peraturan Pemerintah tersebut, Menteri Perdagangan RI, menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-Dag/Per/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Perkembangan perdagangan di era globalisasi semakin pesat, salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha, karena dengan wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri dan dengan wirausaha akan membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang diciptakan tersebut. Dengan sistem waralaba, para penerima waralaba hanya membeli sistem bisnis yang telah ada dan memiliki keuntungan bahwa pembeli sistem tersebut tidak perlu memulai dari nol. Tentunya untuk mewujudkan waralaba tersebut di tandai dengan suatu perjanjian waralaba agar dapat meminimalisasi adanya penyimpangan kelak.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan dalam dua permasalahan yaitu apakah problematika dalam pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian serta faktor-faktor apa yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris, sifat penelitian deskriptif dan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di kantor CV. Choice Plus Indonesia, yang terletak di Jalan Nuri IV/ 2 Sambeng, Manahan, Surakarta. Jenis data menggunakan data primer meliputi data yang diperoleh dengan wawancara, dan data sekunder yaitu dokumen, laporan-laporan, buku-buku, peraturan-peraturan, majalah dan tulisan yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data terdiri dari sumber data primer yaitu keterangan atau fakta yang diperoleh secara langsung melalui penelitian di lokasi, dan sumber data sekunder yang meliputi bahan hukum primer dan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data primer dengan cara wawancara sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dengan studi kepustakaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah mempergunakan model analisis interaktif.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Problematika Pelaksana Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba**

Hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba ini timbul karena adanya perjanjian antara Direktur Utama dengan pihak penerima waralaba. Oleh karena itu hak dan kewajiban masing-masing pihak telah diatur di dalam surat perjanjian. Menurut Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.

Untuk menjamin kelancaran pelaksanaan perjanjian waralaba, para pihak dan isi perjanjian waralaba selalu harus mengacu kepada peraturan perundang-undangan, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Sesuai dengan Pasal 3 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan

Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, waralaba doNUTboyz mempunyai ciri khas usaha sebagai merek dagang yang dimiliki oleh pemberi waralaba yaitu CV. Choice Plus Indonesia yang merupakan donat yang berbahan dasar kentang, dan sudah memberikan keuntungan sebelum dijadikan waralaba hingga sekarang di berbagai kota. doNUTboyz ini memiliki standar pelayanan dan barang dan/ jasa yang ditawarkan secara tertulis yang tertuang pada standart operating procedure (SOP), waralaba ini mudah diajarkan dan diaplikasikan karena CV. Choice Plus Indonesia memberikan pelatihan selama 30 hari dan memberikan dukungan yang berkesinambungan dengan terus mengawasi produk dan pelayanan penerima waralaba secara berkesinambungan melalui telepon, fax, e-mail, SMS, ataupun surat-menyurat. Yang terpenting, waralaba doNUTboyz telah terdaftar dan disahkan oleh Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI, Direktorat Hak dan Kekayaan Intelektual (HKI).

Sebelum disepakatinya perjanjian waralaba, terlebih dahulu pemberi waralaba menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian dimana telah dilakukan oleh CV. Choice Plus Indonesia kepada calon penerima waralaba dan ditulis dalam bahasa Indonesia yang telah sesuai dengan Pasal 7 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 4 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012.

Menurut Pasal 4 dan 5 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang dibuat dengan bahasa Indonesia sesuai dengan kedudukan hukum yang setara dan berlaku hukum Indonesia, dimana dalam perjanjian waralaba doNUTboyz telah tercantum klausul-klausul yang sesuai dengan pasal tersebut.

Dalam Pasal 6 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, sesuai dengan pasal tersebut, perjanjian waralaba doNUTboyz memuat klausul pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain setelah tahun keempat berjalannya perjanjian waralaba dengan memberitahukan terlebih dahulu kepada pemberi waralaba.

Terkait dengan Pasal 8 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 27 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012, pemberi waralaba memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran selama 30 hari di lokasi penerima waralaba, mempromosikan brand dan outlet doNUTboyz melalui facebook, twitter, foursquare, linked in dan portal F&B.

Pemberi waralaba telah mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan penerima waralaba telah mendaftarkan perjanjian waralaba, dalam hal ini telah dilegalisasi oleh notaris setempat, yang sesuai dengan Pasal 10 dan 11 Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007.

Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, namun dalam kenyataannya masih ada permasalahan dalam beberapa aspek, yaitu :

- 1) Keterlambatan pengiriman :
  - a) Pihak pertama melakukan keterlambatan pengiriman bahan baku kepada pihak kedua yang berakibat pihak kedua tidak dapat memproduksi sehingga pendapatan menurun.
  - b) Pihak pertama melakukan keterlambatan dalam pengiriman box, plastik donat yang mengakibatkan pihak kedua dalam menjualkan produknya menggunakan box dan plastik biasa.
- 2) Keterlambatan pembayaran : Pihak kedua terlambat atau tidak mau melakukan pembayaran waralaba dikarenakan faktor ekonomi pihak kedua sehingga proses pengerjaan outlet doNUTboyz tersebut tidak berjalan lancar, namun hal tersebut dapat diselesaikan secara musyawarah.
- 3) Keterlambatan dalam memberikan pelatihan : Setiap ada produk donat terbaru, pihak pertama selalu memberikan pelatihan kepada pihak kedua, tetapi dalam pelaksanaannya pihak pertama terlambat dalam mengirimkan trainer untuk pelatihan, padahal pihak kedua terburu-buru ingin menjualkan. Ini dikarenakan sumber daya manusianya

- terbatas, jadi trainer yang datang harus bergiliran, menunggu jadwal yang luang.
- 4) Kurangnya promosi : Pihak pertama kurang mempromosikan brand dan outlet doNUTboyz melalui media sosial dan internet secara optimal sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahui produk-produk tersebut sehingga penjualan menurun.

## 2. Faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah perjanjian

Pelaksanaan perjanjian waralaba tentunya tidak mengherankan apabila terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan di luar isi naskah perjanjian. Seperti adanya kebiasaan dan standart clausula. Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan adalah :

### a. Ketepatan pengerjaan karyawan.

Misalnya : dalam pembangunan sebuah outlet, seringkali kontraktor dan desain interior tidak dapat menepati jadwal yang sudah ditentukan, sehingga menyebabkan kerugian bagi penerima waralaba selaku pemilik dan CV. Choice Plus Indonesia.

Untuk mengatasi hal tersebut, CV. Choice Plus Indonesia harus mencari kontraktor dan desain interior yang sudah berpengalaman dan sebelumnya dilakukan perjanjian, jika mereka melakukan keterlambatan akan dikenakan penalti yang dimana sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, sehingga mereka berusaha untuk menyelesaikan proyeknya. Jika keterlambatan sudah terjadi dan apabila karyawan sudah terlanjur direkrut, para karyawan tersebut disuruh untuk menunggu hingga pembukaan dilaksanakan dengan memperoleh gaji sesuai kesepakatan antara penerima waralaba dengan karyawan, dimana sewaktu karyawan menunggu juga dihitung ke dalam gaji yang jelas merupakan kerugian bagi penerima waralaba.

### b. Kurangnya pemahaman sumber daya manusia terhadap isi perjanjian

Penerima waralaba seringkali kurang memahami secara seksama mengenai perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama, sehingga di tengah jalan terkadang muncul selisih paham.

Jika terjadi perselisihan, akan diselesaikan secara musyawarah

mufakat atau dengan jalan kekeluargaan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak Misalnya : ada kesepakatan awal yang tidak ditulis di dalam perjanjian, saat pembukaan, CV. Choice Plus Indonesia mengawasi lokasi dengan mendatangi beberapa kali, tetapi ternyata pemilik beranggapan bahwa setiap pemilik mempunyai masalah, tim dari CV. Choice Plus Indonesia harus selalu datang ke lokasi, padahal dapat dilakukan dengan telepon. Untuk mengatasinya, tim CV. Choice Plus Indonesia mengalah untuk datang ke lokasi, tetapi harus sesuai jadwal yang telah disepakati bersama. Bukan karena itikad buruk tetapi kurangnya pemahaman terhadap isi perjanjian dapat dimaklumi dengan musyawarah mufakat.

Pemilik kurang kooperatif dengan program-program yang menjadi standar CV. Choice Plus Indonesia. Seringkali tidak dijalankan oleh pemilik yang berakibat pada bisnisnya tidak berjalan seperti yang diharapkan. Misalnya, pemilik diminta untuk melaksanakan promosi sesuai standar CV. Choice Plus Indonesia, tetapi ternyata tidak dijalankan oleh pemilik yang akan berakibat kepada turunnya penjualan. Sehingga pemilik harus kooperatif dalam menjalankan program-program yang sudah menjadi standar.

### c. Adanya faktor politik

Pemerintah sudah melakukan pengawasan di bidang waralaba. Karena iklim perdagangan di Indonesia stabil, maka untuk melaksanakan waralaba, Pemerintah lebih mengutamakan waralaba dalam negeri milik usaha kecil maupun menengah, termasuk waralaba doNUTboyz ini. Selain untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah, juga agar dapat bersaing dengan produk asing.

### d. Adanya faktor sosial budaya

Dengan adanya suatu perusahaan waralaba ini, berarti dapat menyerap tenaga kerja di setiap daerah dimana dibuka outlet doNUTboyz. Namun dalam kenyataannya sering terjadi adanya keterbatasan sumber daya manusia karyawan yang siap pakai bagi proyek yang akan dioperasikan, terutama di daerah-daerah atau kota-kota kecil, sangat susah untuk mendapatkan

sumber daya manusia dengan kualitas sesuai dengan standar yang ada. Untuk mengatasinya, masa pelatihan bagi karyawan diperpanjang agar mereka dapat lebih bisa memahami. Jika memang diperlukan, tenaga kerja diambil dari daerah lain yang mampu untuk itu.

Masyarakat masih menganggap bahwa bisnis waralaba merupakan bisnis yang mewah, namun dengan adanya peraturan tentang waralaba, maka masyarakat menjadi lebih mengetahui bahwa pemerintah lebih mengutamakan waralaba dalam negeri milik usaha kecil maupun menengah. Waralaba doNUTboyz merupakan produk dalam negeri, dimana cita rasa telah disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia, sehingga donat tidak dikaitkan dengan produk asing dan tidak bertentangan dengan nilai sosial dan budaya.

e. Adanya faktor ekonomi

Tujuan didirikannya perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, begitu pula dengan CV. Choice Plus ini. Karena waralaba doNUTboyz ini telah berkembang di berbagai daerah di Indonesia, maka selain menyerap tenaga kerja yang banyak, taraf kesejahteraan para karyawan menjadi meningkat karena mereka dapat berpenghasilan.

Selain itu, dengan penggunaan box, plastik, bahan baku dan promosi dari pemberi waralaba dapat meningkatkan keuntungan bagi pihak pemberi waralaba, penerima waralaba dan para karyawan yang ada di dalamnya.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, khususnya mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba doNUTboyz milik CV. Choice Plus Indonesia, maka dalam bab penutup ini penulis akan mencoba menarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba DoNutboyz sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, namun dalam kenyataannya masih ada permasalahan dalam beberapa aspek, yaitu keterlambatan pengiriman seperti pihak pertama melakukan

keterlambatan pengiriman bahan baku kepada pihak kedua yang berakibat pihak kedua tidak dapat berproduksi sehingga pendapatan menurun, pihak pertama melakukan keterlambatan dalam pengiriman box, plastik donat yang mengakibatkan pihak kedua dalam menjual produknya menggunakan box dan plastik biasa; keterlambatan pembayaran seperti pihak kedua terlambat atau tidak mau melakukan pembayaran waralaba dikarenakan faktor ekonomi pihak kedua sehingga proses pengerjaan outlet doNUTboyz tersebut tidak berjalan lancar, namun hal tersebut dapat diselesaikan secara musyawarah; keterlambatan dalam memberikan pelatihan seperti setiap ada produk donat terbaru, pihak pertama selalu memberikan pelatihan kepada pihak kedua, tetapi dalam pelaksanaannya pihak pertama terlambat dalam mengirimkan trainer untuk pelatihan, padahal pihak kedua terburu-buru ingin menjual. Ini dikarenakan sumber daya manusianya terbatas, jadi trainer yang datang harus bergiliran, menunggu jadwal yang luang dan; kurangnya promosi, pihak pertama kurang mempromosikan brand dan outlet doNUTboyz melalui media sosial dan internet secara optimal sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahui produk-produk tersebut sehingga penjualan menurun.

2. Faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh para pihak di luar naskah perjanjian waralaba adalah ketepatan pengerjaan karyawan, misalnya keterlambatan kontraktor dan desain interior dalam pembangunan outlet yang diatasi dengan memberikan penalti sesuai kesepakatan kedua belah pihak; kurangnya pemahaman sumber daya manusia terhadap isi perjanjian, bukan karena adanya itikad buruk dari penerima waralaba tetapi belum memahami isi perjanjian yang dapat dimaklumi dan diselesaikan dengan musyawarah mufakat; adanya faktor politik, pemerintah lebih mengutamakan waralaba dalam negeri milik usaha kecil maupun menengah, termasuk waralaba doNUTboyz ini. Selain untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah, juga agar dapat bersaing dengan produk asing; adanya faktor sosial budaya, menyerap tenaga kerja di setiap daerah yang membuka outlet doNUTboyz serta rasa yang ada pada doNUTboyz disesuaikan dengan cita rasa Indonesia; adanya faktor ekonomi, mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dan mensejahterakan para karyawan.

## E. Saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini penulis ingin memberikan sedikit saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba doNUTboyz. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kepada doNUTboyz dalam hal keterlambatan pengiriman dan keterlambatan dalam memberikan pelatihan, disarankan untuk dapat dikordinasikan dengan baik dengan jadwal yang terencana sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak. Dalam

hal kurangnya promosi, hendaknya karyawan pada bagian promosi hendaknya ditambah lagi agar dapat dikerjakan dengan baik dan terencana.

2. Kepada Pemerintah Pusat, disarankan untuk diadakan perbaikan regulasi mengenai waralaba agar kedudukan para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba dapat seimbang dapat proporsional. Sedangkan pada Pemerintah Daerah, disarankan untuk diadakan penataan bisnis dalam suatu daerah, agar terjadi persaingan usaha yang sehat.

## Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad. 2000. Hukum Perdata Indonesia. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Adrian Sutedi. 2008. Hukum Waralaba. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Djaja S Meliala. 2007. Perkembangan Hukum Perdata tentang Benda dan Hukum Perikatan. Bandung : Nuansa Aulia.
- Edy Wahyudi. 2010. "Strategi Bersaing Bisnis Franchise dengan Pendekatan Strategi Pemasaran" Jurnal Inspirat 1. Edisi No 1.
- Gunawan Widjaja. 2003. Waralaba. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- , 2004. Lisensi atau Waralaba. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Heribertus Sutopo. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Surakarta : UNS Press.
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba#Sejarah\\_Waralaba](http://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba#Sejarah_Waralaba) diakses 20 Februari 2013 pukul 14.23.
- John Stanwort. 2004. "Franchising as a Small Business Growth Strategy: A Resource-Based View of Organizational Development". International Small Bussiness Journal 2004 : 22.
- Moch Najib Imanullah. 2008. Faktor Non-Ekonomi dalam Waralaba. Surakarta : UNS Press.
- , 2008. "Kontribusi Hukum Terhadap Perkembangan Waralaba di Indonesia" Jurnal Yustisia. Edisi Nomor 74 Mei-Agustus 2008.
- , 2011. "Urgensi Pengaturan Waralaba dalam Undang-Undang" Jurnal Yustisia. Edisi Nomor 83 Mei-Agustus 2011.
- , 2012. "Waralaba sebagai Pengentas Kemiskinan di Indonesia" Jurnal Mimbar Hukum. Vol. 24 Nomor 2.
- Salim HS. 2010. Hukum Kontrak : Teori dan Tekni Penyusunan Kontrak. Jakarta : Sinar Grafika.
- Soerjono Soekanto. 2010. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta : UI Press.
- Subekti. 2002. Hukum Perjanjian. Jakarta: Intermasa.