

**PERJANJIAN KERJASAMA WARALABA,
ANTARA PT. RAOS ANEKA PANGAN DENGAN
NY. HJ. MARYENIK YANDA, SH.**

Oleh: Ilhamdi

Pembimbing: Rahmad Hendra, SH., M. Kn

Riska Fitriani, SH., MH

Alamat: Jl. Kubang Raya. Perum. Astam House, F-10.

Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Propinsi Riau.

Email: ilham_di92@rocketmail.com

ABSTRAK

The franchise agreement has distinctive characteristics of this form of agreement in general. Clause franchise agreements generally even been determined by government regulation number 42 of 2007 on franchise. To ensure legal certainty in the franchise business franchisor and franchisee always make the franchise agreement. The franchise agreement is a very important position in the franchise business, to get a Franchise Registration Certificate. The purpose of this thesis to determine the rights and obligations of the franchisor and the franchisee in a franchise business execution raos noodles and to investigate the problems and constraints to the implementation of the franchise raos noodles under the franchise agreement, between PT. Raos Aneka Pangan with Ny. Hj. Maryenik Yanda, SH. This type of research is empirical juridical research. Empirical legal research is primarily a study of the laws of nature describe or depict a conflict between the law in books and law in actions. The data source used is the primary law, secondary and tertiary. From the results of this study concluded, the rights and obligations in the execution of the franchise agreement, is required to be made in the content of the franchise agreement as mandated by Article 5 of Government Regulation No. 42 Year 2007 on Franchising. While the problems and obstacles that a lack of attention in fostering business Franchisor Franchisee Franchisee thus can be considered to run his own business.

Keywords: *Franchise Agreement, Franchisee And Franchisor.*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Waralaba adalah kemitraan dimana salah satu pihak menggunakan atau memanfaatkan merek terdaftar dan sistem penjualan dan atau pemasaran yang telah terbukti berhasil serta asistensi operasional usaha dengan suatu imbalan berdasarkan perjanjian waralaba.¹

Menjalankan bisnis waralaba ini tentunya dengan melaksanakan bentuk perjanjian kerjasawa waralaba untuk menjamin kepastian hukum antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Perjanjian waralaba meliputi kiat-kiat bisnis berupa metode-metode dan prosedur pembuatan, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan oleh Pemberi Waralaba dan juga memberikan bantuan dalam periklanan dan promosi serta pelayanan konsultasi.²

Perjanjian Waralaba ini memang memberikan hubungan timbal balik kepada para pihak. Di satu sisi Pemberi Waralaba memberikan keuntungan dan berbagai kemudahan kepada Penerima Waralaba. Di sisi lain Penerima Waralaba juga memberikan keuntungan kepada Pemberi Waralaba. Keseimbangan hak dan kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba memang harus diwujudkan di dalam perjanjian waralaba. Hal ini tentunya sangat berguna untuk memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Perjanjian Waralaba ini merupakan pemberian izin dari Pemberi Waralaba untuk memakai Hak atas Kekayaan Intelektual (yang selanjutnya disebut HaKI) kepada Penerima Waralaba

dengan membayar royalti atas pemakaian HaKI tersebut atau dapat dikatakan sebagai pemberian lisensi yang meliputi berbagai HaKI Pemberi Waralaba misalnya, nama dagang, logo, desain ataupun paten. Sehingga diantara para pihak bisa saling memberikan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Waralaba dapat berkembang dengan pesat karena metode pemasaran dan juga merupakan sarana pengembangan usaha ini digunakan oleh berbagai jenis bidang usaha, mulai restoran, bisnis retail, salon rambut, photo, hotel, *dealer* mobil, dan sebagainya.³

Pra riset yang dilakukan penulis terhadap rasa dan bahan baku terhadap Mie Ayam Raos antara *outlet* Bakmi Raos Jl. Ronggowarsito, Gobah dan *Outlet* Bakmi Raos Jl. Paus, Rumbai. Seharusnya menurut konsep bisnis waralaba, rasa dan menu mie ayam raos tersebut sama. Namun, penulis menemukan beberapa perbedaan yang cukup mendasar, mulai dari bahan yang digunakan sampai kepada rasa yang dihasilkan dari masing-masing *outlet* terhadap produk mie ayam raos. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan konsep waralaba pada umumnya, bahkan ketika penulis mengunjungi situs *franchisor* PT. Raos Aneka Pangan. Menu dengan nama mie ayam raos tidak ada, melainkan terbagi lagi menjadi beberapa macam nama mie ayam, seperti mie ayam baso, mie ayam jamur, dll (lihat situs <http://mieraos.com>).⁴

Selain itu perjanjian waralaba ini juga dinilai penulis masih terlalu sedikit mengatur tentang pelaksanaan bisnis,

¹ Amir Karamoy, *Percaturan Waralaba Indonesia*, Jakarta: PT. Foresight Asia, 2013, hlm. 32.

² H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008, hlm. 34.

³ Peni Rinda Listyawati, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innomenaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No.2, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, 2006, hlm. 186.

⁴ Di akses, tanggal, 23 Desember 2013.

seperti: tentang kepemilikan, perubahan kepemilikan serta hak ahli waris, sesuai yang diatur dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang waralaba, sehingga dikhawatirkan nantinya bisa menimbulkan penafsiran yang berbeda nantinya oleh para pihak.

Permasalahan dalam perjanjian tersebut menjadi lengkap ketika terjadi pergantian koki/ juru masak Pemberi Waralaba sulit membantu untuk mencari penggantinya sehingga Penerima Waralaba Bakmi Raos merasa kesulitan mencari pengganti. Padahal ini sudah menjadi tanggung jawab Pemberi Waralaba untuk membantu mencari penggantinya.

Sehubungan dengan pokok permasalahan yang telah dijelaskan di atas, guna mengetahui tentang usaha waralaba dan termasuk aspek yuridisnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan mengangkat judul tentang “**Perjanjian Kerjasama Waralaba, Antara PT. Raos Aneka Pangan Dengan Ny. Hj. Maryenik Yanda, SH**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa hak dan kewajiban dari Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam pelaksanaan bisnis waralaba Bakmi Raos?
2. Apa permasalahan dan kendala yang terjadi pada pelaksanaan usaha waralaba Bakmi Raos?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hak dan kewajiban dari Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam pelaksanaan bisnis waralaba Bakmi Raos.
2. Untuk mengetahui yang menjadi kendala dan permasalahan terhadap pelaksanaan usaha waralaba Bakmi Raos.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat teoritis

- 1) Sebagai penunjang dalam pembendaharaan ilmu pengetahuan hukum

khususnya bagi penulis dalam bidang hukum perdata bisnis.

- 2) Sebagai bahan pertimbangan bagi para peneliti berikutnya.

b) Manfaat praktis

- 1) Dapat menjadi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu hukum tentang hukum perdata bisnis.
- 2) Perbandingan referensi dalam proses belajar bagi mahasiswa maupun mengajar bagi dosen mata kuliah bersangkutan.

c) Manfaat akademis

- 1) Syarat dalam menempuh ujian akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum.
- 2) Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah referensi kepublikan.
- 3) Dapat menjadi bahan acuan bagi mahasiswa/mahasiswi.
- 4) Manjadi bahan bacaan dan sebagai salah satu sumber pengetahuan bagi masyarakat umum.

D. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian yuridis empiris, penelitian yuridis empiris adalah wujud atau penuangan hasil penelitian mengenai hukum yang nyata atau sesuai kenyataan yang hidup di dalam masyarakat. Penelitian hukum empiris adalah penelitian hukum positif mengenai perilaku (*behavior*) anggota masyarakat dalam hubungan hidup

bermasyarakat.⁵ Penelitian hukum empiris pada dasarnya merupakan suatu penelitian tentang hukum yang bersifat mendeskripsikan atau menggambarkan tentang adanya pertentangan antara *law in books* dan *law in actions*.

2. Lokasi Penelitian

Badan usaha Bakmi Raos yang berada di wilayah hukum Kota Pekanbaru yang beralamat di Jl. Ronggowsito, Gobah, Pekanbaru. Badan usaha Bakmi Raos tersebut di atas, merupakan Penerima Waralaba Bakmi Raos.

3. Sumber Data

- a) **Data Primer** adalah data yang diperoleh dari masyarakat (lapangan) yang sesuai dengan permasalahan.⁶ Dalam hal ini penulis mengambil data dengan teknik, yaitu: Wawancara, kuisioner dan angket.
- b) **Data sekunder** adalah bahan ilmu hukum yang berkaitan erat dengan permasalahan yang diteliti, data sekunder inilah yang nantinya akan menjadi pembanding dari data hukum primer.. Bahan hukum sekunder yang terutama adalah buku teks, karena buku teks berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi.⁷
- c) **Data tersier** merupakan data yang diperoleh melalui kamus, ensiklopedi, dan sejenisnya yang berfungsi untuk mendukung data primer dan sekunder.⁸

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, metode wawancara dapat dibedakan menjadi 2 jenis,

yaitu wawancara terstruktur dan wawancara non struktur. Wawancara terstruktur adalah metode dimana si pewawancara telah menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan yang hendak disampaikan pada responden. Berbeda dengan metode wawancara non struktur, dalam metode ini yang terjadi ialah spontanitas dari si pewawancara, tanpa ia pernah membuat daftar-daftar pertanyaan khusus sebelumnya.⁹

- b. Kajian kepustakaan, merupakan metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan, literatur-literatur, Undang-Undang dan kamus hukum dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan antara teori dan fakta yang terjadi di lapangan.
- c. Teknik analisis data bahan hukum, dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.¹⁰ Selanjutnya di analisa oleh penulis dengan cara membandingkan antara teori dan pendapat para ahli.

5. Populasi dan Sampel

a) Populasi

- 1) Pemberi Waralaba (*franchisor*) Bakmi Raos, yaitu PT. Raos Aneka Pangan.
- 2) Penerima Waralaba (*franchisee*) Bakmi Raos. Jl. Ronggo Warsito, Gobah, Kota Pekanbaru.

⁵ Muhammad Abdulkadir, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya, Bandung: 2004, hlm. 155.

⁶ Fakultas Hukum Universitas Riau, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Unri Press, Pekanbaru: 2012, hlm. 16.

⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2010, hlm. 142.

⁸ Fakultas Hukum Universitas Riau. *Loc. Cit.*

⁹ <http://jurnal.ilmuhukum.blogspot.com>, diakses, tanggal, 13 November 2013.

¹⁰ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo, Jakarta: 1996, hlm. 45.

b) Sampel

- 1) Pemberi Waralaba (*franchisor*) usaha waralaba Bakmi Raos.
- 2) Penerima Waralaba (*franchisee*) usaha waralaba Bakmi Raos Jl. Ronggo Warsito Kota Pekanbaru.
Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.
Populasi dan Sampel

N o.	Respon den	Popul asi	Sam pel	Persen tase (%)
1.	Pemberi Waralaba (<i>franchisor</i>) Usaha Bakmi Raos	1	1	100%
2.	Penerima Waralaba (<i>franchisee</i>) Usaha Bakmi Raos	1	1	100%

Sumber: Data Olahan Penulis 2013.

6. Analisis Data

Analisis yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif merupakan cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, dalam pengertian apa yang dinyatakan secara tertulis.¹¹ Selanjutnya penulis menarik suatu kesimpulan secara deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum kepada hal-hal khusus. Dimana dalam mendapatkan suatu kesimpulan dimulai dengan melihat faktor-faktor yang nyata dan diakhiri dengan penarikan suatu kesimpulan yang juga merupakan fakta dimana kedua fakta tersebut dijembatani oleh teori-teori.

¹¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UII Press, Yogyakarta: 1983, hlm. 32

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Dan Perjanjian Waralaba.

1. Teori Tentang Perjanjian.

Definisi mengenai perjanjian (*overeenkomst*) dalam Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa: "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang/lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain/lebih".

Pernyataan mengenai perjanjian di dalam Pasal 1313 KUH Perdata di atas, banyak menimbulkan perdebatan para ahli mengenai kelemahan-kelemahan pengertian di atas. Menurut Abdul Kadir Muhammad kelemahannya antara lain:¹² Hanya menyangkut pihak saja, kata perbuatan mencakup tanpa konsesus, pengertian perjanjian terlalu luas, tidak menyebutkan tujuan.

Menurut Hukum Perdata, sebagai dasar hukum utama dalam melakukan suatu perjanjian, dikenal 5 asas penting sebagai berikut¹³:

- 1) Asas Kebebasan Berkontrak (*Freedom of contract*).
- 2) Asas Konsensualisme.
- 3) Asas *Pacta Sunt Servanda*.
- 4) Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*).
- 5) Asas Kepribadian (*Personalitas*).

Penulis mendapatkan juga di sumber buku yang lain bahwasanya selain ke lima asas di atas. Dikenal juga asas keseimbangan (*evenwichtsbeginsel*). Menurut Herlien Budiono asas keseimbangan adalah suatu asas yang dimaksudkan untuk menyelaraskan pranata-pranata hukum dan asas-asas pokok hukum perjanjian yang dikenal di dalam KUH Perdata yang berdasarkan pemikiran dan latar belakang individualisme pada satu pihak dan

¹² Abdul Kadir Muhammad. *Op.Cit.* hlm. 78

¹³ Salim H.S, 2005, *Op.Cit*, hlm, 9-12.

cara pikir bangsa Indonesia pada pihak lain.¹⁴

Syarat sahnya perjanjian adalah syarat-syarat agar perjanjian itu sah dan punya kekuatan mengikat secara hukum. Tidak terpenuhinya syarat perjanjian akan membuat perjanjian itu menjadi tidak sah.¹⁵ Pasal 1320 KUH Perdata menentukan empat syarat untuk sahnya suatu perjanjian yaitu:¹⁶

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan diri.
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
- 3) Suatu hal tertentu.
- 4) Suatu sebab yang diperkenankan.

Syarat pertama dan kedua disebut sebagai syarat subyektif karena kedua syarat tersebut harus dipenuhi oleh subyek hukum. Sedangkan syarat ketiga dan keempat disebut sebagai syarat obyektif karena kedua syarat ini harus dipenuhi oleh objek perjanjian.¹⁷

2. Perjanjian Waralaba.

Perjanjian *Franchise* merupakan kesepakatan tertulis yang dibuat antara *Franchisor* dan *Franchisee* untuk melindungi hak dan kewajiban masing-masing pihak. Selain itu, perjanjian *franchise* juga diperlukan sebagai salah satu syarat administratif bagi *franchisee* untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) sebagai bukti sebuah perusahaan penerima waralaba (*franchisee*).¹⁸

Menurut Amir Karamoy perjanjian waralaba adalah, "Perjanjian (waralaba) antara Pewaralaba dengan Terwaralaba yang bermitra dalam

rangka memasarkan suatu produk/jasa terkait dengan penggunaan merek (HKI) dan sistem bisnis yang baku milik Pewaralaba, serta kewajiban membayar *fee* oleh Terwaralaba untuk jangka waktu tertentu".¹⁹

B. Tinjauan Umum Mengenai Usaha Waralaba.

1. Sejarah Perkembangan Waralaba.

Perkembangan waralaba berkaitan erat dengan tumbuhnya Revolusi Industri pada akhir tahun 1800 di Eropa Barat, khususnya di Inggris. Inovasi dan inovasi teknologi yang pesat berkembang sejalan dengan pergerakan penduduk ke kota-kota (urbanisasi) di Eropa ketika itu. Daerah perkotaan menjadi pusat-pusat industri dan bisnis yang berkembang cepat yang mendorong tumbuhnya kelompok kelas menengah, disebut wirausaha (*entrepreneur*). Revolusi industri mendorong pula terjadinya perubahan dalam sistem perdagangan dan distribusi barang.²⁰

Pada tahun 1898, kehandalan waralaba sebagai konsep pemasaran memperoleh pengakuan yang lebih besar ketika *General Motors Corporation* berhasil menjual waralabanya yang pertama. Sejak saat itu, pewaralabaan banyak digunakan dalam industri otomotif dan Stasiun Pompa Bensin Umum (SPBU). Kemudian tahun 1899, Coca Cola menyusul menjual waralabanya yang pertama.

Tahun 1950-an, dapat dikatakan sebagai periode dimulainya *franchising booming* di Amerika Serikat. Dengan ditandai munculnya "raksasa" waralaba dalam bidang makanan siap saji, *Kentucky Fried Chicken* yang didirikan oleh Kolonel Harlan Sander's (1950) dan McDonald's

¹⁴ Herlien Budiono, *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*, Bandung: Citra Aditya, 2010, hlm. 29.

¹⁵ <http://www.legalakses.com/perjanjian/>, diakses, tanggal, 09 Januari 2014.

¹⁶ <http://www.jurnalhukum.com/syarat-syarat-sahnya-perjanjian/>, diakses, tanggal, 09 Januari 2014.

¹⁷ Komariah, hukum perdata, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, 2002, hlm. 175-177.

¹⁸ <http://www.konsultanwaralaba.com/isi-perjanjian-franchise-kontrak-kerjasama-antara-franchisor-dan-franchisee/>, diakses, tanggal, 08 Januari 2014.

¹⁹ Amir Karamoy, *Op.Cit*, hlm. 125

²⁰ *Ibid*, hlm. 47.

oleh Maurice and Dick McDonald's (1955). McDonald's kemudian berkembang pesat secara waralaba atas jasa Ray Kroc.

2. Peraturan Perundangan Terkait Waralaba.

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba merupakan landasan utama tentang waralaba, kemudian diperkuat dengan lahirnya Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Selain beberapa aturan di atas, ada juga Permendag Nomor: 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern" dan Permendag Nomor: 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang "Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman", yang membatasi pembangunan gerai milik sendiri dalam waralaba.

C. Lisensi.

Wilbur Cross dalam *dictionary of business term*, mengatakan bahwa *Licensing Agreement* adalah "*A contract permitting one party to ensure one or more operations of another party, such as manufacturing, selling, or servicing in consideration for monetary remuneration or other benefit as specified*".²¹

Pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian lisensi tersebut merupakan perjanjian untuk memastikan satu atau lebih operasi pihak lain, seperti seperti manufaktur, penjualan, atau servis dalam pertimbangan untuk imbalan uang atau keuntungan lainnya sebagaimana yang telah ditentukan.

Perjanjian lisensi juga diatur dalam Undang-Undang HKI, yaitu: "

Izin yang diberikan oleh pemilik/pemegang HKI kepada pihak lain berdasar perjanjian pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi yang diberi perlindungan hukum dalam jangka waktu dan syarat tertentu". Adapun tipe dari perjanjian Lisensi adalah sebagai berikut: Lisensi Eksklusif, lisensi non – eksklusif, lisensi penuh, lisensi sebagian, lisensi bebas, lisensi royalti dan lisensi paksa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha Waralaba.

1. Profil Usaha Waralaba Pemberi Waralaba (*Franchisor*).

PT. Raos Aneka Pangan merupakan Pemberi Waralaba (*franchisor*) dalam usaha waralaba Bakmi Raos ini. PT. Raos Aneka Pangan beralamat di Jalan Raya Kodam Bintaro Permai No. 9R, Pondok Betung, Tangerang. PT. Raos Aneka Pangan dengan produk Bakmi Raos didirikan pada tahun 2003.

Bakmi Raos menyajikan makanan mie yang memiliki cita rasa yang khas, unik dan lezat yang di produksi sendiri termasuk minyak masak dan bumbu. PT. Raos Aneka Pangan telah berkembang dengan lebih dari 300 unit outlet mini resto dan restoran. Dengan didukung sistem yang handal dan karyawan yang berdedikasi tinggi, PT. Raos Aneka Pangan terus berusaha melakukan pengembangan dan penyempurnaan untuk mengantisipasi kebutuhan pelanggan serta mitra usaha. Hal itu telah terbukti dengan penganugrahan UKM (Usaha Kecil Menengah) terbaik 1 dari Sampoerna se Indonesia pada tahun 2006 dan sudah mempunyai

²¹<http://artikelhki.blogspot.com/2012/05/pengertian-lisensi-artikel-definisi.html>, diakses, tanggal, 04 Desember 2013

Sertifikat Nasional Indonesia (SNI).²²

2. Profil Usaha Waralaba Penerima Waralaba (*Franchisee*).

Outlet Bakmi Raos yang terletak di Jalan Ronggowarsito, Gobah, Pekanbaru ini didirikan pada tanggal 18 November 2011. Tempat yang strategis yang terletak di jantung Kota Pekanbaru menjadi strategi tersendiri, sehingga membuat outlet Bakmi Raos begitu dikenali orang masyarakat pada umumnya dan remaja khususnya.

Bakmi Raos Ronggo ini merupakan outlet cabang ke-346 dari total keseluruhan outlet di Indonesia. Bisnis yang memanjakan selera konsumen di cabang ini memang bukan hanya sekadar tempat memanjakan selera, tetapi juga menjadi sarana tempat bersantai dan kumpul-kumpul serta mengadakan pesta. Kata raos berasal dari bahasa Sunda yang berarti enak.

Bakmi Raos Ronggowarsito ini merupakan Penerima Waralaba dari PT. Raos Aneka Pangan,²³ Adapun struktur organisasi dari Bakmi Raos Ronggo terdiri atas : Owner, General Manager, Supervisor, Kepala Dapur, Chef, Assisten Chef, Waiter, Kasir, dan Karyawan cuci piring.²⁴

B. Hak Dan Kewajiban Di Dalam Perjanjian Kerjasama Waralaba, PT. Raos Aneka Pangan (Pemberi Waralaba) dan Ny. Hj. Maryenik Yanda, SH (Penerima Waralaba).

1. Perjanjian Kerjasama Waralaba Dalam Tatatan Hukum Indonesia.

Bisnis waralaba itu sendiri tentunya tidak bisa lepas dari yang

²² <http://mieraos.com/>, diakses, pada tanggal, 18 Desember 2013 (web resmi *franchisor* PT. Raos Aneka Pangan).

²³ Wawancara Penulis Dengan Bapak Fadli Ariwibowo selaku General Manager Bakmi Raos, pada hari Sabtu, 1 Februari 2014, di outlet Bakmi Raos Jl. Ronggowarsito, Gobah, Pekanbaru.

²⁴ *Ibid.*

namanya perjanjian, seperti yang dicantumkan dalam Pasal 4 Ayat 1 dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yang berbunyi: “ Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia”. Hal ini ditegaskan juga di dalam Pasal 5 Ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012, yang berbunyi: “ Penyelenggaraan Waralaba harus didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.²⁵

Pernyataan dari beberapa Pasal di atas telah mengisyaratkan kepada kita bahwa betapa pentingnya perjanjian waralaba dalam menyelenggarakan bisnis waralaba. Bahkan dalam bahasa Pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan yang telah disebutkan di atas, menyebutkan dengan kalimat Perjanjian Waralaba, bukan perjanjian saja. Hal ini dikarenakan perjanjian waralaba mempunyai karakteristik sendiri, dan berbeda dengan perjanjian yang lainnya. Penulis telah menemukan setidaknya ada 2 (dua) perbedaan yang paling mendasar, yang membedakan perjanjian waralaba berbeda dengan perjanjian lainnya.

Pertama, perjanjian waralaba di dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, menyatakan bahwa: Perjanjian Waralaba memuat klausul paling sedikit:

- Nama dan alamat para pihak.
- Jenis Hak Kekayaan Intelektual.

²⁵ Pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

- c) Kegiatan usaha.
- d) Hak dan kewajiban para pihak.
- e) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.
- f) Wilayah usaha.
- g) Jangka waktu perjanjian.
- h) Tata cara pembayaran imbalan.
- i) Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris.
- j) Penyelesaian sengketa, dan
- k) Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Perbedaan di atas jelas, melihatkan kepada kita bahwa perjanjian waralaba mempunyai standar klausul yang harus dipenuhi dalam setiap pembuatan perjanjian waralaba, bahkan diperintahkan langsung melalui Peraturan Pemerintah. Karakteristik seperti ini sangat jarang ditemui dalam dunia usaha dan penulis juga belum pernah menemukan karakter yuridis dalam pembuatan perjanjian dalam berbisnis, seperti perjanjian waralaba.

Kedua, perbedaan yang mendasar terlihat pada kewajiban perjanjian waralaba harus didaftarkan kepada instansi yang berwenang mengeluarkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) di masing-masing daerah. Hal ini ditegaskan di dalam Pasal 11 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yang berbunyi: “Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba”. Selanjutnya, dalam Pasal 19 Ketentuan Peralihan dijelaskan kembali bahwasanya, “ Perjanjian Waralaba yang dibuat sebelum ditetapkan Peraturan Pemerintah ini harus didaftarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1)”.

Beberapa perbedaan perjanjian waralaba di atas, tentunya memberikan kepada kita bahwasanya perjanjian waralaba ini mempunyai

karakter yuridis tersendiri. Sebagai pelaku bisnis waralaba kita tidak hanya dituntut untuk punya jiwa usaha yang tinggi, tetapi harus memahami lebih mendalam terhadap perjanjian waralaba, bahkan tidak hanya selesai di pembuatan perjanjian saja. Melainkan para pihak pelaku bisnis waralaba harus memahami teknis dalam penyelenggaraan bisnis waralaba ini.

Dalam hal ini penulis akan mempelajari lebih mendalam tentang Perjanjian Kerjasama Waralaba Nomor: 2-25/PKW-X/11, antara PT. Raos Aneka Pangan dan Ny. Hj. Maryenik Yanda, SH. Perjanjian yang terdiri dari sebelas halaman ini telah disepakati oleh para pihak, namun disisi lain penulis menilai perjanjian ini belum cukup memenuhi standar yang diperintahkan oleh Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yang menyatakan bahwa perjanjian waralaba memuat klausula tertentu (sudah dijabarkan sebelumnya). Walaupun begitu bukan berarti perjanjian kerjasama waralaba ini tidak sah. Hanya saja perjanjian kerjasama waralaba ini kurang lengkap mengisi beberapa yang harusnya juga dicantumkan di dalam perjanjian demi terwujudnya kepastian hukum apabila suatu hari nanti terdapat permasalahan, maka para pihak dengan mudah melihat dan menuntut berdasarkan klausus perjanjian yang dibuat sebelumnya.

Adapun terdapat kekurangan 1 (satu) point tersebut di atas seperti yang diperintahkan dalam Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yaitu tentang kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, yang mana semestinya juga diatur di dalam perjanjian. Walaupun hal ini tidak mengikat sanksi secara hukum, tetapi ini memiliki relevansi hukum

dalam tatanan hukum Indonesia. Penulis telah melampirkan contoh Perjanjian Waralaba yang sesuai dengan PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dalam lampiran, sebagai perbandingan terhadap perjanjian dalam penelitian.²⁶

Selain itu, jika kita melihat judul perjanjian di bagian cover dan kata pembukaan dalam perjanjian terdapat perbedaan yang mendasar dalam pengertian dalam bisnis. Perbedaan tersebut yaitu dalam judul perjanjian ini ditulis “Perjanjian Kerjasama Waralaba”, sedangkan di dalam kata pembukaan perjanjian terdapat kata “Perjanjian Kemitraan”. Walaupun isi perjanjian cenderung berisi tentang perjanjian waralaba bukannya kemitraan.

Padahal jika kita analisis secara mendalam antara waralaba dan kemitraan sangatlah berbeda.

**Tabel 1.2
Perbedaan Perjanjian
Waralaba, Lisensi Dan Kemitraan**

Perjanjian	Wara laba	Lisensi	Kemitraan
HKI (Merek)	✓	✓	-
Sistem Bisnis	✓	-	✓

Sumber: Data Olahan Amir Karamoy.²⁷

Selain itu perjanjian kerjasama waralaba Bakmi Raos ini tidak mencantum keadaan *Force Majeur*, ketiadaan mengenai ketentuan ini tentunya menimbulkan kerugian tersendiri bagi Penerima Waralaba jika terjadi keadaan memaksa.

2. Hak Dan Kewajiban Pemberi Waralaba Dan Penerima Waralaba.

Hak adalah segala sesuatu yang harus di dapatkan oleh setiap orang yang telah ada sejak lahir bahkan sebelum

lahir. Di dalam Kamus Bahasa Indonesia hak memiliki pengertian tentang sesuatu hal yang benar, milik, kepunyaan, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat sesuatu (karena telah ditentukan oleh undang-undang, aturan, dan sebagainya), kekuasaan yg benar atas sesuatu atau untuk menuntut sesuatu, derajat atau martabat. Sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang wajib dilaksanakan, keharusan (sesuatu hal yang harus dilaksanakan).²⁸

Pasal 6 Perjanjian Kerjasama Waralaba ini, memang terdapat pengaturan mengenai hak dan kewajiban. Sebagaimana nyatakan sebagai berikut:²⁹

- a) Hak dan kewajiban Pihak Pertama meliputi:
 - 1) Memberikan hak terbatas atas penggunaan merek dagang Bakmi Raos.
 - 2) Melakukan survey kelayakan usaha.
 - 3) Memberikan gambar design, *lay out* dan keperluan lain dalam proses renovasi atau pembangunan Resto/gerai.
 - 4) Perencanaan, sistem dan Standard Operasional (SOP) Resto/Gerai.
 - 5) Rancangan Promosi dan plan market.
 - 6) Menyediakan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan outlet/gerai.
 - 7) Menyediakan, mengganti, dan mengatur juru masak/ koki dan assistant koki (staf dapur) dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan terhitung dimulainya masa operasional restaurant seperti pada Pasal 8 dan lampiran 1.
 - 8) Menjamin bahan baku utama yang dibutuhkan Pihak Kedua

²⁶ Perjanjian di dapatkan penulis sewaktu pelatihan Program Fasilitasi Pendampingan KUMKM menuju Pewaralaba Kementerian Koperasi dan UKM RI 2013, tanggal, 25-27 September 2013, di hotel Jatra Pekanbaru.

²⁷ Amir Karamoy, *Op.Cit*, hlm. 126.

²⁸ <http://id.wikipedia.org/wiki/Hak>, diakses, pada tanggal, 10 Januari 2014.

²⁹ Pasal 6 Perjanjian Kerja Waralaba, No. 2-25/PKW-X/11, antara PT. Raos Aneka Pangan dan Ny.Hj. Maryenik Yanda, SH, hlm. 5-6.

- (mie, minyak masak, pangsit, baso, saos, dan bumbu).
- 9) Jika diperlukan, dapat melaksanakan/superpsi pekerjaan renovasi atau pembangunan dan sarana lain untuk keperluan usaha sesuai dengan gambar dan harga yang telah disepakati oleh para pihak. Pekerjaan yang dimaksud adalah:
 - a. Pekerjaan renovasi interior dan exterior.
 - b. Supply peralatan dapur dan booth.
 - c. Lainnya
 - 10) Tidak berhak mengalihkan kerjasama ini kepada Pihak manapun, tanpa persetujuan dari Pihak Kedua selama masa perjanjian ini berlangsung.
- Pengaturan mengenai hak dan kewajiban untuk Pihak Kedua (Penerima Waralaba) juga diatur dalam pasal yang sama, seperti yang tertulis berikut ini:³⁰
- b) Hak dan kewajiban Pihak Kedua ini meliputi:
 - 1) Menyediakan tempat usaha.
 - 2) Menjamin bahwa bidang tanah yang dikuasainya terbebas dari segala dan tuntutan pihak lain.
 - 3) Menjamin dan membebaskan Pihak Pertama dari segala tuntutan dan gugatan dalam bentuk dan dasar hukum apapun, baik sekarang maupun kelak dikemudian hari terhadap bidang tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 4) Berhak menggunakan secara terbatas merek atau nama dagang yang dimiliki oleh PT. Raos Aneka Pangan seperti pasal 6.1.1
 - 5) Berhak mendapatkan resto/gerai PT. Raos Aneka Pangan management system.
 - 6) Berhak mendapatkan supervisi pengelolaan outlet/gerai selama 3 (tiga) bulan seperti dalam Lampiran 2.

³⁰ *Ibid*, hlm. 6-7.

dan pengetahuan tersebut kepada pihak lain.

C. Permasalahan Dan Kendala Dalam Pelaksanaan Bisnis Waralaba Bakmi Raos.

Beberapa kecurangan yang mungkin terjadi dalam bisnis waralaba yang dilakukan Penerima Waralaba, seperti:³¹

1. Membeli sendiri bahan baku, karena mendapatkan harga yang murah.
2. Tidak mengikuti SOP (Standar Operasional Prosedur).
3. Laporan keuangan yang tidak sesuai kenyataan.
4. Tidak membayar royalti.
5. Membuka usaha sendiri pakai sistem waralaba yang diperjanjikan.

Beberapa permasalahan yang mungkin terjadi di atas juga menjadi hal yang mengkhawatirkan oleh Pemberi Waralaba Bakmi Raos terhadap Penerima Waralabanya. Namun, sejauh ini permasalahan tersebut tidak terjadi pada Penerima Waralaba Bakmi Raos Jl. Ronggowarsito. Hanya saja komunikasi saja yang jarang dilakukan para pihak.

Selain itu, terdapat juga Permasalahan dan Kendala yang terjadi dan/ mungkin terjadi dilakukan Pemberi Waralaba dalam menjalankan bisnis waralaba Bakmi Raos:³²

1. Pemberi waralaba kurang memperhatikan Penerima Waralaba.

Awal pendirian outlet Bakmi Raos memang mendapat perhatian yang totalitas dari pihak Pemberi Waralaba. Namun, dengan bertambahnya waktu perhatian dalam bentuk komunikasi dan pemantau sangat jarang terjadi. Pihak Pemberi

³¹ Rekaman Suara Evi Diah Puspitawati selaku Konsultan Waralaba IFBM di dapatkan penulis sewaktu pelatihan Program Fasilitasi Pendampingan KUMKM menuju Pewaralaba Kementerian Koperasi dan UKM RI 2013 di Hotel Jatra Pekanbaru, tanggal, 25-27 September 2013.

³² Wawancara Dengan Bapak Fadli Ariwibowo. *Op.Cit.*

Waralaba sudah jarang datang lagi ke *outlet* Penerima Waralaba. Padahal Penerima Waralaba ingin melakukan komunikasi mengenai perencanaan dan bagaimana inovasi dan perubahan yang terjadi di PT. Raos Aneka Pangan.³³ Ketika Pemberi Waralaba tidak memperhatikan Penerima Waralabanya, disini kekecewaan akan muncul terhadap Penerima Waralabanya.

2. Tidak diberikannya Koki/Juru Masak pengganti jika berhenti.

Pasal 6 Perjanjian Waralaba, antara PT. Raos Aneka Pangan Dengan Ny. Maryenik Yanda, SH menyatakan bahwa:

6.1.7 Menyediakan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan outlet/gerai.

6.1.8 Menyediakan, mengganti, dan mengatur juru masak/koki dan assistant koki (staf dapur) dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan terhitung dimulainya masa operasional restaurant seperti pada Pasal 8 dan lampiran 1.

Bakmi Raos Ronggowarsito sudah menjalankan bisnisnya ± 3 tahun, selama outlet ini menjalankan usahanya sudah 2 kali mengganti *Chef*. Permasalahannya bukan pada pergantian *chef*, tetapi *chef* pengganti tersebut. Penerima Waralaba yang mencari dan berusaha melatih *chef* sendiri, tanpa dibimbing oleh Pemberi Waralaba. Padahal yang seharusnya menyediakan adalah Pemberi Waralaba.³⁴

3. Tidak diberikannya Supervisor pengganti.

Peran seorang Supervisor memang sangat dibutuhkan demi kamajuan perusahaan. Supervisor

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

personal yang diberi kepercayaan dan mengemban tugas serta kepercayaan untuk memberikan instruksi kerja, pengawasan, dan monitoring serta melakukan pekerjaan dalam suatu grup atau kelompok.³⁵

Selama menjalankan usahanya Bakmi Raos Ronggowarsito sudah 1 kali menukar Supervisor. Menurut perjanjian kerjasama waralaba Pasal 6 menyatakan bahwa Penerima Waralaba Berhak mendapatkan Supervisor pengelolaan outlet/gerai selama 3 (tiga) bulan seperti dalam Lampiran 2. Namun, setelah jangka waktu tersebut habis. Penerima Waralaba ingin mendapatkan Supervisor pengganti, namun dalam pelaksanaannya sangat sulit untuk mendapatkan Supervisor pengganti dari Pemberi Waralaba, akibatnya Penerima Waralaba mencari Supervisor sendiri.

4. Tidak adanya inovasi terbaru.

Konsep usaha waralaba pada dasarnya konservatif. Operasional bisnis yang dijalankan secara waralaba cenderung monoton karena harus berdasarkan SOP dan aturan yang telah disepakati dalam perjanjian. Dengan demikian, menjalankan usaha secara waralaba hampir tidak ada tantangan. Karena setiap masalah, tinggal membaca manual operasional, bagaimana cara mengatasinya. Kalau tidak ada dalam manual, Terwaralaba dapat menanyakan (berkonsultasi) solusinya kepada Pewaralaba.³⁶

Pernyataan di atas dibenarkan Penerima Waralaba, susahnya untuk mengembangkan inovasi. Bagaimanapun bisnis harus punya inovasi, tahun 2011 awal pendirian outlet Bakmi Raos ini tentunya berbeda dengan tahun 2014. Sekarang sudah zaman dunia hiburan berkembang, tentunya konsep Bakmi

Raos harus berubah agar tetap bertahan. Perubahan tersebut tentu harus di rubah SOP (Standar Operasional Prosedur) oleh Pemberi Waralaba.

Perubahan SOP sepenuhnya menjadi hak Pemberi Waralaba, dalam hal ini Penerima Waralaba tidak berhak merubah secara sepihak. Kecuali Penerima Waralaba bisa mengusulkan saja.

Untuk itu bagi Penerima Waralaba yang dinamis, dalam pengertian selalu ingin melakukan perubahan, kritis, memiliki kemampuan dan kreativitas yang tinggi, tidak cocok masuk dalam sistem waralaba. Sistem waralaba lebih cocok bagi pengusaha (wirausaha) yang berjiwa “moderate”³⁷.

5. Susahnya dalam proses perizinan.

Proses perizinan waralaba juga memang sangat rumit pengurusannya. Tidak hanya terfokus pada perizinan yang sudah umum seperti: SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), SITU (Surat Izin Tempat Usaha), Surat Bebas Gangguan. Penerima Waralaba juga wajib untuk mendaftar perjanjian waralaba ke Dinas Perindustrian Dan Perdagangan dimana tempat wilayah beroperasi untuk mendapatkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba). Jika tidak didaftarkan, Penerima Waralaba dapat dikenakan sanksi berupa denda dan pencabutan izin usaha waralaba tersebut. Selain berbagai kendala di atas, permasalahan juga timbul akibat jarak yang jauh antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Ditambah lagi ada izin-izin yang bukti autentiknya dipegang oleh Pemberi Waralaba seperti: sertifikat Haki dan sertifikat Halal.³⁸

³⁵ <http://blogging.co.id/12-tugas-supervisor-dan-tanggung-jawabnya>, diakses, pada tanggal 05 Februari 2014.

³⁶ Amir Karamoy, *Op. Cit*, hlm. 102.

³⁷ *Ibid*

³⁸ Wawancara Dengan Bapak Fadli Ariwibowo. *Op.Cit*.

6. Komunikasi yang jarang antara Franchisor dan Franchisee.

Pemberi Waralaba sering kali membiarkan Penerima Waralaba ketika sudah menjalankan usahanya. Hal ini dikarenakan Pemberi menganggap Penerima Waralaba bisa mengatasi sendiri. Padahal hal ini tentunya membuat Penerima Waralaba tidak diperhatikan. Bahkan untuk hubungan via telpon, email dan kunjungan langsung tidak terjalin dengan baik. Sehingga Penerima Waralaba menganggap Pemberi waralaba tidak bertanggung jawab, tidak totalitas dan hanya ingin untungnya saja. Hal ini bisa saja memicu Penerima Waralaba untuk melakukan kecurangan-kecurangan dalam menjalankan bisnisnya.

7. Kendala Dalam Menyamakan Harga

Harga yang dihasilkan menu Bakmi Raos di setiap outlet Bakmi Raos di Riau dipastikan berbeda, hal ini tentunya menimbulkan tanda tanya apabila kita membandingkan konsep waralaba yang biasanya diterapkan. Biasanya kesamaan harga, menjadi ciri khas yang utama dari bisnis waralaba. Salah satunya bisnis waralaba Indomaret, dimanapun outlet Indomaret kita jumpai tentunya mempunyai kesamaan harga.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Pengaturan hak dan kewajiban di dalam perjanjian kerjasama waralaba antara PT. Raos Aneka Pangan dengan Ny. Hj. Maryenik Yanda, SH ini dinilai penulis masih kurang lengkap isinya, sehingga banyak hak-hak Penerima Waralaba didapat tanpa ada klausul yang mengatur di dalam perjanjian waralaba tersebut. Hal ini tentunya sangat merugikan pihak

Penerima Waralaba. Selain itu, pengaturan mengenai kewajiban para pihak masih mengatur mengenai hal-hal pokok saja, sehingga banyak kewajiban-kewajiban para pihak tidak di atur secara tertulis di dalam isi perjanjian.

2. Permasalahannya sebatas pada kurangnya perhatian Pemberi Waralaba dalam membina usaha Penerima Waralaba sehingga bisa dianggap Penerima Waralaba menjalankan usahanya sendiri, seperti: jika terjadi pergantian koki dan/atau supervisor maka ini seharusnya menjadi kewajiban Pemberi Waralaba menyediakan Sumber Daya Manusianya, tetapi dibiarkan Penerima Waralaba mencari penggantinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pencantuman klausul hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba harus dibuat dengan lengkap disertai dengan penjelasan mengenai klausul hak dan kewajiban tersebut, sehingga tidak menyangkut mengenai hak pokok, seperti: pembayaran royalti dan penyerahan HaKI saja, tetapi mengatur hal-hal kecil sekalipun mengenai teknis pelaksanaan bisnis waralaba.
2. Sebaiknya Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba meminta komitmen yang kuat para pihak dalam menjalankan bisnis waralaba, sehingga bisnis dapat berjalan dengan lancar dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Jika para pihak merasa tidak mampu dalam membuat dan memahami isi perjanjian, disarankan meminta bantuan dari konsultan waralaba yang sudah ahli dalam bidang perjanjian. Selain itu, pemerintah juga harus

berperan aktif dalam mensosialisasikan tentang kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba untuk mendaftarkan perjanjian waralaba sebagai syarat mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Budiono Herlien, 2010, *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*, Bandung: Citra Aditya.
- Fakultas Hukum Universitas Riau, 2012, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Unri Press, Pekanbaru.
- H. Moch. Basarah, H.M. Faiz Mufidin, 2008, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Karamoy Amir, 2013, *Percaturan Waralaba Indonesia*, PT. Foresight Asia, Jakarta.
- Komariah, 2002, hukum perdata, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, hlm, 175-177.
- Marzuki Mahmud Peter, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Muhammad Kadir Abdul, 2004, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya, Bandung.
- Salim H.S, 2005, *Hukum Kontrak (teori dan teknik penyusunan Kontrak)*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Soekanto Soerjono, 1983, *Pengantar Penelitian Hukum*, UII Press, Yogyakarta.
- Sunggono Bambang, 1996, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo, Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan:

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007
Tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Permendag Nomor: 07/M-DAG/PER/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman, yang membatasi pembangunan gerai milik sendiri dalam waralaba.

Website:

- <http://jurnal.ilmuhukum.blogspot.com>, diakses, tanggal 13 November 2013.
- <http://artikelhki.blogspot.com/2012/05/pengertian-lisensi-artikel-definisi.html>, diakses, tanggal, 04 Desember 2013.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Persewela>, diakses, pada tanggal, 12 Desember 2013.
- <http://mieraos.com>, di akses, pada tanggal, 23 Desember 2013.
- [http://www.konsulanwaralaba.com/isi-perjanjian-franchise-kontrak-kerjasama-antara-franchisor-dan-franchisee/](http://www.konsultanwaralaba.com/isi-perjanjian-franchise-kontrak-kerjasama-antara-franchisor-dan-franchisee/), diakses, pada tanggal, 08 Januari 2014.
- <http://www.legalakses.com/perjanjian/>, diakses, pada tanggal, 09 Januari 2014.
- <http://blogging.co.id/12-tugas-supervisor-dan-tanggung-jawabnya>, diakses, pada tanggal 05 Februari 2014.

Jurnal:

- Listyawati Rinda Peni, 2006, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innomenaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No.2, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung.