

# Kebebasan Berkontrak Dalam Penerapan Perjanjian Lisensi Waralaba Sebagai Salah Satu Aspek Alih Teknologi di Indonesia

<sup>1</sup>Devie Rachmat Ali Hasan Rifaie, <sup>2</sup>Suhendro

<sup>1,2</sup>Universitas Lancang Kuning

Alamat Surat

Email: [devie@unilak.ac.id](mailto:devie@unilak.ac.id) <sup>1\*</sup>, [suhendroadvocat@yahoo.com](mailto:suhendroadvocat@yahoo.com) <sup>2</sup>,

Article History:

Diajukan: 15 Mei 2023; Direvisi: 23 Mei 2023; Accepted: 2 Juni 2023

## ABSTRAK

Perjanjian waralaba merupakan suatu perjanjian antara distributor barang atau jasa atau pemilik merek dagang atau hak cipta (franchisor). Penjual (franchisee) setuju menjual barang dan jasa di bawah nama franchisor. Tulisan ini menganalisis tentang bentuk penerapan perjanjian waralaba sebagai salah satu aspek alih teknologi dan menganalisis bentuk penerapan prinsip kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian hukum normatif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian franchise adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik franchise (franchisor) dengan pemegang franchise (franchisee). Franchisor memberikan hak kepada pihak franchisee untuk memproduksi atau memasarkan barang dan/atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati. Kesepakatan itu di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya. Perjanjian franchise sebagai salah satu kontrak innominaat diatur dalam perundangan yang khusus, namun tetap mengacu pada peraturan perundangan yang umum, yakni KUHPerduta. Perjanjian franchise merupakan pengembangan dari Pasal 1338 KUHPerduta. Secara khusus belum ada pengaturan tentang franchise, namun tetap dapat dilaksanakan berdasarkan pasal tersebut. Franchise merupakan suatu perjanjian timbal balik karena pemberi waralaba maupun penerima franchise berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu. Suatu paket franchise merupakan satu paket yang terdiri atas beberapa jenis perjanjian, seperti perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan perjanjian yang menyangkut kerahasiaan.

**Kata kunci:** *Perjanjian Waralaba, Alih Teknologi, Kebebasan Berkontrak*

## ABSTRACT

*Franchise is an agreement between franchisor and franchisee. The franchisee agrees to sale goods and/or services on behalf of franchisor. This research is aimed to analysis freedom of contract theory in the franchise agreement. In this research, the author used normative method. The result of the study shows that the franchise agreement between franchisee and franchisor is one of innominaat agreement that is provided in the Civil Code. This agreement is a derrivative of Section 1338 of the*

*Civil Code. There is no specific rule regards to franchise. However, this agreement is attached to Section 1338 of the Civil Code.*

---

**Keywords:** *Franchise Agreement, Transfer of Technology, Freedom of Contract*

## **1. PENDAHULUAN**

Persaingan Pembangunan di Indonesia sangat pesat di bawah kepemimpinan Orde Lama (Orla) dan Orde Baru (Orba). Kelemahannya pada masa itu pemerintah merasa kurang secara finansial. Solusinya dibuka peluang bagi para investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.<sup>1</sup> Kebanyakan investor yang menanamkan sejumlah uangnya adalah investor asing tanpa mengecualikan investor dalam negeri.

Derasnya arus investasi diperlukan seperangkat peraturan perundang-undangan yang mengatur masuknya modal asing. Terbentuknya aturan itu agar pemerintah tidak menjadi minoritas di antara investor asing. Tanpa aturan yang tegas pemerintah sepenuhnya dapat dikendalikan oleh pihak asing. Peraturan perundang-undangan yang terbentuk pada masa itu ialah undang-undang penanaman modal asing dan undang-undang perseroan terbatas.<sup>2</sup>

Investor asing membawa modal dan teknologi baru ke Indonesia. Seiring dengan waktu terjadi proses peralihan teknologi dari negara-negara investor asing. Indonesia yang saat ini masih berstatus negara berkembang. Peralihan teknologi dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif. Adanya teknologi baru yang masuk akan sangat berguna untuk proses pembangunan di Indonesia.<sup>3</sup> Teknologi merupakan mesin pertumbuhan ekonomi sehingga dapat dikatakan bahwa penguasaan teknologi merupakan condition sine qua non bagi pertumbuhan ekonomi.<sup>4</sup>

Indonesia sebagai negara berkembang sangat menyadari kemampuan bangsa Indonesia dalam penguasaan teknologi sangat terbatas. Keterbatasan kemampuan modal dan keterbatasan teknologi relatif lebih sulit diatasi. Salah satu kebijakan yang telah diputuskan pada saat itu ialah peningkatan kemampuan alih teknologi.<sup>5</sup>

Salah satu cara alih teknologi melalui perjanjian waralaba (franchise). Franchise tumbuh dan berkembang berkenaan dengan kebutuhan untuk mengembangkan suatu usaha tanpa harus mengeluarkan dana banyak dan bahkan mendapatkan pemasukan. Bisnis dengan sistem franchise merupakan sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemilik metode dinamakan dengan franchisor, sedangkan pihak yang diberi hak untuk menggunakan metode tersebut disebut franchise. Pihak franchise diberikan hak dan wewenang untuk menggunakan kumpulan produk, merek dagang dan sistem bisnis yang diciptakan oleh franchisor.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Moch. Basarah dan Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Bandung:Citra Aditya Bakti, 2007), hlm. 7.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 8.

<sup>3</sup> Johanis Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, (Jakarta:Rafika Aditama, 2004), hlm. 120.

<sup>4</sup> Zainal Asikin, *Mempercepat Alih Teknologi Melalui Perjanjian Waralaba*, *Jurnal IUS*, Vol. II No. 4 April 2014, hlm. 143.

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 144.

<sup>6</sup> Moch. Basarah dan Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise .....*, *Op. Cit.*, hlm. 2.

Franchise merupakan salah satu strategi bisnis yang bisa dibilang efektif. Franchisee membeli ijin usaha untuk melakukan bisnis yang sama persis dengan usaha yang telah ada sebelumnya dari franchisor, untuk jangka waktu tertentu, dengan menerima dukungan penuh dalam hal pelatihan dan saran-saran dalam kegiatan operasional yang tercakup dalam sebuah sistem yang telah dibuat sebelumnya dan terbukti keberhasilannya. Franchisor menyediakan produk dan jasa yang siap untuk dipasarkan oleh terwaralaba (telah teruji dan terbukti berhasil), termasuk diantaranya merek usaha, sistem pembukuan, sistem operasi, standar pelayanan, standar proses pembuatan produk, pelatihan, dan lain lain.<sup>7</sup>

Waralaba (franchise) adalah kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, hak kelola, hak pemasaran.<sup>8</sup> Waralaba (franchise) merupakan suatu konsep metode ataupun sistem pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan (franchisor). Tujuannya untuk mengembangkan pemasarannya tanpa melakukan investasi langsung pada outlet (tempat penjualan) melainkan dengan melibatkan kerjasama pihak lain (franchise) selaku pemilik outlet.<sup>9</sup>

Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan pengertian bahwa waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha. Waralaba memiliki sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.<sup>10</sup> Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis pihak pertama yang disebut franchisor memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut franchisee untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor.

Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (franchise agreement). Pada umumnya perjanjian waralaba suatu perjanjian di antara seorang distributor dari sebuah produk atau jasa atau pemilik merek dagang atau hak cipta (franchisor). Penjual (franchisee) setuju untuk menjual produk dan jasa franchisor atau berbisnis di bawah nama franchisor. Pasal 4 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.<sup>11</sup>

Tulisan ini menganalisis tentang bagaimana bentuk penerapan perjanjian waralaba sebagai salah satu aspek alih teknologi dan bagaimana bentuk penerapan prinsip kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba.

---

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Fitri A & Anny, Kamus Bahasa Indonesia Bergambar, (Makassar: Galeri Lontara, 2008), hlm. 954.

<sup>9</sup> Marissa Vydya Awaluddin, Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus, *Jurnal Lex Privatum*, Vol. I., No. 1, Januari-Maret 2013, hlm. 84.

<sup>10</sup> Lihat Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

<sup>11</sup> Lihat Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian hukum normatif atau kepastakaan yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum dan penelitian terhadap sistematika hukum.<sup>12</sup> Pendekatan dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach).

Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara studi dokumenter. Dalam menganalisis data dilakukan secara kualitatif dan deduktif sebagai metode dalam menarik kesimpulan.

### **Perkembangan Ekspansi Franchise dalam Lisensi Merek Dagang dan Perjanjian Ditrtribusi**

Franchise berawal pada masa abad pertengahan. Franchise diartikan sebagai hak utama atau kebebasan.<sup>13</sup> Saat itu, pemerintahan setempat atau Lord (gelar kebangsawanan di Inggris biasanya dimiliki oleh tuan tanah setempat) memberikan hak khusus seperti untuk mempromosikan kapal feri atau untuk berburu di tanah miliknya.<sup>14</sup>

Franchise dikenal sebagai keseluruhan aktivitas bisnis yang ditujukan untuk membangun jalan dan pembuatan bir. Raja memberikan hak untuk monopoli kepada seseorang dalam melaksanakan aktivitas bisnis tertentu. Sekitar tahun 1880-an kota-kota besar mulai memberikan hak untuk kekayaan umum dan perlengkapan air (dalam hal ini kota besar bertindak sebagai franchisor di Indonesia dapat disamakan dengan pengertian Perusahaan Air Minum = PAM), pemeliharaan gorong-gorong dan penyediaan sarana gas. Konsep franchise berkembang di Jerman pada sekitar tahun 1890-an. Saat itu, telah mulai diberikan hak khusus untuk menjual minuman. Hak ini merupakan konsep awal dari franchising yang dikenal sekarang.

Franchise memberikan cara baru yang dapat digunakan bagi para pengecer spesialis untuk mengembangkan diri di masa yang akan datang. Pertumbuhan lembaga bisnis franchise ini telah dimulai pada tahun 1850 dan baru mengalami pertumbuhan yang pesat pada tahun 1950-an dan 1960-an, di mana pusat pertumbuhannya di Amerika Serikat.<sup>15</sup> Konsep franchising mengalami perkembangan yang sangat pesat di Amerika, mulai pada tahun 1951 perusahaan mesin jahit Singer di Amerika memberikan distribusi franchising untuk penjualan mesin-mesin jahit Singer. Singer membuat perjanjian distribution from China secara tertulis. Singer dapat disebut sebagai pelopor dari perjanjian franchise modern. Pada tahap ini pengertian franchise masih sederhana. Franchise hanya dikenal sebagai pemberian hak untuk mendistribusikan produk serta menjual produk-produk hasil manufaktur.<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm. 14.

<sup>13</sup> Johanis Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Bisnis .....*, Op. Cit., hlm. 122.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Juajir Sumardi, *Hukum Perusahaan Transnasional dan Franchis*, (Jakarta: Arus Timur, 2012), hlm. 87.

<sup>16</sup> Pada tahun 1850 perusahaan I.M. Singer & Co telah menciptakan suatu bentuk pemasaran produknya dalam hal ini mesin-mesin jahit, di mana bentuk pemasaran produk tersebut dapat dianggap sebagai bentuk embrio dari sistem franchise. Suatu ledakan terhadap sistem franchise terjadi pada dekade tahun 1950-an dan 1960-an di Amerika Serikat. Perusahaan-

Format franchise yang banyak dipakai pada saat ini pada mulanya berawal setelah Perang Dunia II. Saat itu, permintaan kebutuhan segala macam produk dan jasa sangat berlebihan. Franchise merupakan bentuk yang ideal untuk ekspansi secara besar-besaran bagi hotel/motel dan makanan cepat saji. Selama lonjakan pada tahun 60-an dan 70-an terjadi banyak pelanggaran terhadap franchise. Banyak perusahaan franchise yang mengambil uang orang dan kabur tanpa memberikan imbal balik, dan banyak perusahaan yang memiliki sedikit modal dan manajemen yang buruk yang menjadi bankrut. Industri franchise harus berubah dalam angka untuk tetap menjadi konsep bisnis yang menguntungkan. Pembentukan The International Franchise Association (IFA) bertujuan mengangkat industri tersebut. IFA memberikan pelatihan segala aspek dari franchise dimana memberikan kemajuan profesionalisme dalam industri tersebut. IFA bekerja sangat dekat dengan Konggres Amerika Serikat dan dengan Federal Trade Commission (FTC) dalam memajukan industri berhubungan dengan franchise.

Pada tahun 1978 Federal Trade Commission mewajibkan bahwa dalam franchise dibutuhkan suatu dokumen berupa Uniform Offering Circular (UFOC) sebelum menerima uang. Dalam UFOC terdapat informasi yang mendetail mengenai perusahaan franchise, seperti sejarahnya, mengenai direksinya, sejarah hukumnya, pernyataan keuangan yang telah diaudit, perjanjian franchise, yang mana kontrak antara franchisor dan franchisee dan daftar terbaru franchise dengan nama pemilik dan nomor teleponnya. Tujuan UFOC untuk menyediakan informasi yang cukup sehingga dapat membantu franchisee dalam mengambil keputusan.

Perkembangan bisnis franchise tampak semakin menakjubkan dewasa ini. Dalam waktu yang relatif singkat jumlah perusahaan yang melibatkan diri dalam pemanfaatan sistem franchise bertambah banyak. Bentuk franchise yang dikenal sekarang pada dasarnya merupakan bentuk penyempurnaan dan/atau perkembangan dari masa-masa sebelumnya. Menurut **Stuart D. Brown**, terdapat dua bentuk franchising. Franchisee memperoleh hak untuk mendistribusikan atau menjual produk dari suatu produsen atau pemasok. Pada abad ke-18 pembuat bir menciptakan sistem untuk menjamin saluran penjualan bagi bir mereka. Saat ini bidang yang menggunakan bentuk franchising generasi pertama ini ialah pompa bensin dan distribusi mobil.<sup>17</sup>

Pada saat sekarang, franchising yang ada merupakan generasi kedua yang biasa disebut dengan format bisnis franchise.<sup>18</sup> Format bisnis franchise pada dasarnya suatu cara pembiakan komersial. Franchisor memiliki produk atau jasa yang ingin dijual, lalu perusahaan tersebut memilih untuk tidak memperluas usahanya sendiri melainkan menjual hak untuk menggunakan namanya, produk atau jasanya kepada franchisee yang menjalankan tokonya secara semi-independen. Franchisor menyediakan paket yang

---

perusahaan besar yang menjadi franchisor pada saat itu antara lain: Holiday Inns, Roto-Rooter, Dunkin Donuts, Mc Donalds, Burger King, H&R Block, Lee Myles, Midas, 7-eleven, Dunhill Personnel, Baskin-Robbins, Wendys, Kentucky Fried Chicken, Pearle Vision Center, Sheraton, dan sebagainya. Untuk lebih jelas baca Kaufman, *Franchising 1990 Business Strategies and Compliance Issues*, (T.tp: Practising Law Institute, 1990), hlm. 16.

<sup>17</sup> Alan West, *Perdagangan Eceran*, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1992), hlm. 75.

<sup>18</sup> Dalam bentuk ini terdapat hubungan kontrak antara perusahaan yang memberikan franchise (franchisor) dengan franchisee. Dalam perjanjian tersebut franchisee membeli cetak biru dari suatu usaha yang berjalan baik. Gagasan usaha tersebut telah cukup teruji dan terbukti berhasil sehingga risiko bagi franchisee menjadi sangat berkurang.

mencakup pengetahuan (know-how) dari usahanya, prosedur operasi, penyediaan produk, dan cara promosi penjualan. Franchisee umumnya membayar sejumlah uang kepada franchisor dan menyediakan dana untuk menyiapkan toko, mengadakan sediaan, membeli peralatan dan membayar royalty.<sup>19</sup>

### **Perjanjian Lisensi Franchise dalam Pengembangan Sistem Bisnis Modern**

**Munir Fuady** mengatakan franchise adalah suatu cara melakukan kerja sama di bidang bisnis antara 2 (dua) atau lebih perusahaan. Satu pihak akan bertindak sebagai franchisor dan pihak yang lain sebagai franchisee. Aturan yang ada mengatur bahwa pihak franchisor sebagai pemilik suatu merek, memberikan hak kepada franchisee untuk melakukan kegiatan bisnis dari suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai dengan rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun non-eksklusif. Sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada franchisor sehubungan dengan hal tersebut.<sup>20</sup>

Website British Franchise Association memberikan pengertian Franchise:<sup>21</sup> Business format franchising is the granting of a license by one person (the franchisor) to another (the franchisee), which entitles the franchisee to trade under the trade mark/trade name of the franchisor and to make use of an entire package, comprising all the elements necessary to establish a previously untrained person in the business and to run it with continual assistance from the franchisor.

**David J. Kaufmann**, mendefinisikan franchise:<sup>22</sup> Franchising is a system of marketing and distribution whereby a small independent businessman (the franchisee) is granted -in return for a fee- the right to market the goods and services of another (the franchisor) in accordance with the established standards and practice of the franchisor, and with its assistance”.

**Kaufmann** melihat franchise sebagai suatu bentuk atau sistem pemasaran dan pendistribusian di mana suatu bisnis berskala kecil dan independen. Franchisee memiliki hak memasarkan barang dan jasa dari pihak lain yang disebut sebagai Franchisor berdasarkan kesepakatan, sedangkan pihak franchisee akan membayar fee sedang pihak franchisor akan memberikan bantuannya. Lebih lanjut Kaufmann mengemukakan perkembangan franchisee ini bahwa “franchising is the evolutionary business response to the massive amounts of capital required to establish and operate a company owned network of product or service vendors.”<sup>23</sup> Jadi, franchise merupakan wujud dari suatu evolusi dalam dunia bisnis yang berkembang pesat yang merupakan respon terhadap terjadinya pergerakan modal di dalam menjalankan kegiatan usaha.

**Douglas J. Queen** memberikan pengertian bahwa mem-franchise-kan berarti metode perluasan pemasaran dan bisnis. Suatu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan

---

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis. Bandung, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 339.

<sup>21</sup> Lihat [www.bfa.com](http://www.bfa.com), diakses tanggal 22 September 2015.

<sup>22</sup> Kaufmann, Franchising: Business Strategies and Legal Compliance, (T.tp: PLI Course Handbook, 1988), hlm. 17.

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 17-18.

operasional. Pemegang franchise yang membeli suatu bisnis yang menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik franchise.<sup>24</sup>

**Abdurrahman** dalam ensiklopedia ekonomi keuangan perdagangan, memberikan pengertian franchise sebagai berikut: franchise adalah suatu persetujuan/perjanjian antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar. Pihak pertama memberi kepada yang tersebut terakhir berupa hak untuk memperdagangkan produknya berdasarkan syarat- syarat yang disetujui kedua belah pihak.<sup>25</sup>

Franchise dalam pandangan **Rooseno Harjowidigdo**, kerja sama di bidang perdagangan atau jasa dengan bentuk franchise ini dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan sistem usaha di lain tempat. Franchisor secara ekonomi memiliki keuntungan karena mendapat management fee dari franchisee, barang produknya bisa tersebar ke tempat lain. Bagi konsumen yang memerlukan barang hasil produksi franchisee cepat didapat serta dalam keadaan fresh dan belum atau tidak rusak.<sup>26</sup>

**Martin D. Fern** melihat franchise dari aspek unsurnya yang mensyaratkan adanya 4 (empat) unsur. Pertama, pemberian hak untuk berusaha dalam bisnis tertentu. Kedua, lisensi untuk menggunakan tanda pengenal usaha, biasanya suatu merek dagang atau merek jasa, yang akan menjadi ciri pengenal dari bisnis franchisee. Ketiga, lisensi untuk menggunakan rencana pemasaran dan bantuan yang luas oleh franchisor kepada franchisee. Keempat, pembayaran oleh franchisee kepada franchisor berupa sesuatu yang bernilai bagi franchisor selain dari harga borongan bonafide atas barang yang terjual.<sup>27</sup>

Beberapa definisi di atas tersirat adanya istilah paket franchise, yakni suatu produk yang dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor tidak hanya kekayaan intelektual yang dimiliki oleh franchisor melainkan meliputi pula seluruh sistem bisnis. Di sinilah yang membedakan franchise itu sendiri dan membedakannya dengan perjanjian lisensi dasar walaupun franchise merupakan tipe dari licensing. Franchise merupakan konsep bisnis total dengan penekanan pada bidang pemasaran. Konsep franchise didasarkan pada konsep P 4, yaitu product, price, place, promotion.<sup>28</sup>

Franchisor menerapkan unsur adanya pelatihan manajemen dan skill khusus dari franchisor. Pelatihan dimaksudkan untuk mendidik dan melatih para manajer (dari pihak franchisee) tentang tata cara bagaimana mengelola bisnis franchise tersebut. Di samping itu, juga diperlukan pelatihan terhadap pihak staff sehingga dihasilkan tenaga skill yang handal dalam memproduksi dan/atau memasarkan bisnis franchise tersebut secara operasional.<sup>29</sup> Pelatihan manajemen dan skill sebagai cara franchisor untuk menjaga mutu,

<sup>24</sup> J. Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1993), hlm. 4.

<sup>25</sup> Abdurrahman A, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*, Cetakan 2, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1970), hlm. 424.

<sup>26</sup> Harjowidigdo, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pertemuan Ilmiah tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta, Badan Pembinaan Hukum Nasional, 14-16 Desember 1993, hlm. 1.

<sup>27</sup> Martin D. Fern, *Warren's Form of Agreement*, (USA: Mattew Bender, 1992), sebagaimana dikutip oleh Juajir Muhardi, *Hukum Perusahaan .....*, Op. Cit., hlm. 97.

<sup>28</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum .....*, Op. Cit., hlm. 341.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 342.

kualitas, dan standar dari produk tetap sama. Setiap produk yang sebagian atau seluruhnya diolah oleh franchisee, bahan bakunya harus dipasok oleh franchisor. Apabila franchisor tidak melakukan brand image akan berpengaruh terhadap penilaian konsumen atas prosuk tersebut.

### **Kepastian Hukum Bisnis *Franchise* di Indonesia dan Pengaruhnya terhadap Lisensi *Franchise* Pengusaha Dalam Negeri**

Sistem bisnis dengan franchise di Indonesia berkembang sejak tahun 1980-an, pengembangan franchise dalam 5 tahun sejak 1985 diperkirakan telah beroperasi 119 (seratus sembilan belas) franchise asing, sedangkan franchise lokal diperkirakan sekitar 32 (tiga puluh dua) perusahaan.<sup>32</sup> Franchise masuk ke Indonesia sekitar tahun 80-an dan 90- an dimana yang paling banyak adalah usaha di bidang restoran.

Mc Donald merupakan perusahaan franchising terbesar Indonesia. Mc Donald yang bergerak di bidang makanan cepat saji merupakan suatu restoran yang sudah terkenal sebelumnya di seluruh dunia. Pesaing lainnya adalah Kentucky Fried Chicken yang dapat bertahan hingga saat ini. Selain nama-nama di atas masih banyak lagi yang ikut bersaing dalam bisnis Franchise di Indonesia di antaranya adalah Pizza Hut, California Fried Chicken, Starbucks Coffee, Ola La Cafe, Hard Rock Cafe, Papa Rons Pizza, Coca Cola, Carefour, J. W. Marriot Hotel, Holliday In Hotel, Hyatt Hotel, dan masih banyak lagi. Franchise yang berasal dari luar negeri itu di Indonesia terdapat pula bisnis franchise produk asli buatan dalam negeri. Ayam Bakar Wong Solo yang dipimpin oleh Puspo Wardoyo melalui PT Sarana Bakar Digdaya dengan menggunakan sistem franchise. Selain itu, Es Teler 77, rumah makan padang Simpang Raya, dan lainnya.

Kepastian hukum terhadap format bisnis franchise di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba ini kini telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan itu ditindaklanjuti dengan ketentuan-ketentuan pelaksanaan yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba, yakni Keputusan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

---

<sup>32</sup> Johannes Ibrahim dan Linda Waty Sewu, *Bisnis dalam Persepsi .....*, Op. Cit., hlm. 124.



Kepastian hukum bisnis franchise dalam peraturan pemerintah dan peraturan menteri perindustrian dan perdagangan yang secara khusus mengatur tentang format bisnis franchise sebagaimana dikemukakan di atas maka terdapat peraturan perundang-undangan lain yang memiliki kaitan dengan persoalan bisnis franchise ini, misalnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten; Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek; Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang; dan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

### **Penerapan Perjanjian Waralaba sebagai Salah Satu Aspek Alih Teknologi**

Alih teknologi dari suatu negara ke negara lain, umumnya dari negara maju berkembang dapat dilakukan dengan berbagai cara tergantung pada macamnya bantuan teknologi yang dibutuhkan untuk suatu proyek. Teknologi dapat dipindahkan melalui beberapa cara. Pertama, mempekerjakan tenaga-tenaga ahli aging perorangan. Dengan cara ini negara berkembang bisa dengan mudah mendapatkan teknologi, yang berupa teknik dan proses manufacturing yang tidak dipatenkan. Cara ini hanya cocok untuk industri kecil dan menengah. Kedua, menyelenggarakan suplai dari mesin-mesin dan alat equipment lainnya. Suplai ini dapat dilakukan dengan kontrak tersendiri. Ketiga, perjanjian lisensi dalam teknologi sipemilik teknologi dapat memudahkan teknologi dengan memberikan hak kepada setiap orang/badan untuk melaksanakan teknologi dengan suatu lisensi. Keempat, expertisi dan bantuan, teknologi. Keahlian dan bantuan dapat berupa studi pre-investasi, basic pre-ingeenering, spesifikasi masin-mesin, pemasangan dan menjalankan mesin-mesin, dan manajemen.<sup>33</sup>

Adapun sarana-sarana yang dapat dipakai dalam proses alih teknologi, antara lain dengan investasi langsung yang dapat diwujudkan melalui cabang perusahaan transnasional (wholy owned subsidiary), yang terutama diatur dalam perjanjian penanaman modal asing, kemudian melalui joint venture, yang pengaturannya dapat dilihat pada joint venture agreement, perjanjian penanaman modal asing dan licensing agreement. Sarana lain dalam proses alih teknologi dapat dilakukan dengan pemberian lisensi kepada non-subsidiary atau independencia local firm, yang pengaturannya dapat dilihat pada licensing agreement yang diadakan oleh dan antar perusahaan transnasional dengan perusahaan lokal.<sup>34</sup>

Peraturan perundang-undangan pertama kali yang membuka peluang terjadinya alih teknologi meskipun tidak secara khusus mengatur seperti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 yang menetapkan bahwa modal asing tidak hanya berbentuk valuta asing, meliputi pula alat- alat perlengkapan tetap yang diperlukan untuk menjalankan perusahaan-perusahaan di Indonesia, penemuan-penemuan milik orang/badan asing yang dipergunakan dalam perusahaan di Indonesia dan keuntungan yang boleh ditransfer ke luar negeri tetapi dipergunakan kembali di Indonesia.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Ita Gembiro, *Aspek-Aspek Hukum dan Pengalihan teknologi*, (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 1978), hlm. 172.

<sup>34</sup> Juajir Sumardi, *Hukum Perusahaan .....*, Op. Cit., hlm. 75.

<sup>35</sup> Lihat konsiderans point a jo c, Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing.

Penanaman modal asing perusahaan asing yang melakukan kontrol dengan berbagai negara berkembang membangun modal teknologi dan berbagai keahlian ke Indonesia, memburu modal teknologi dan berbagai keahlian ke Indonesia. Pada konsiderans point a jo c Konsiderans Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing bahwa kelemahan ekonomi potensial yang dengan karunia Tuhan Yang Maha Esa terdapat banyak diseluruh wilayah tanah air kita yang belum diolah untuk dijadikan kekuatan ekonomi riil yang antara lain yang disebabkan karena ketiadaan modal, pengalaman dan teknologi.<sup>36</sup>

Pembangunan ekonomi berarti pengolahan ekonomi potensial menjadi kekuatan ekonomi riil melalui penanaman modal, penggunaan teknologi, penambahan pengetahuan, peningkatan, keterampilan, kemampuan berorganisasi dan manajemen. Kebijakan itu dituangkan lebih lanjut dalam Pasal 12 Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing yang menyatakan bahwa perusahaan modal asing berkewajiban menyelenggarakan dan/atau menyediakan fasilitas latihan dan pendidikan di dalam dan di luar negeri secara teratur dan terarah bagi warga negara Indonesia agar berangsur-angsur warga negara asing dapat diganti oleh tenaga-tenaga warga negara Indonesia. Tenaga kerja Indonesia selama bekerja diperusahaan asing tersebut dapat menambah pengalaman keterampilan dan menerima sistim kerja, sistem pendayagunaan peralatan mutahir dipakai oleh perusahaan, sehingga pada akhirnya dapat menguasai teknologi tersebut untuk selanjutnya dimanfaatkan sendiri guna menunjang pembangunan Indonesia. Dengan kata lain tenaga kerja Indonesia dapat menggantikan tenaga kerja asing bilamana perusahaan asing tersebut tidak di Indonesianisasi.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal tidak memuat ketentuan yang secara khusus mengatur tentang persoalan alih teknologi ini. Namun demikian, persoalan alih teknologi ini dapat ditafsirkan dalam ketentuan yang terdapat pada Pasal 1 Ayat (7) dan Ayat (8), yang memberikan pengertian tentang modal dan modal asing. Modal adalah aset dalam bentuk uang atau bentuk lain yang bukan uang yang dimiliki oleh penanam modal yang mempunyai nilai ekonomis, sedangkan yang dimaksud dengan modal asing adalah modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, badan hukum asing, dan/atau badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing.

Alih teknologi dalam kerangka penanaman modal asing di Indonesia dapat dibagi pada 2 (dua) pengertian. Pertama, alih teknologi dalam pengertian penyerapan teknologi. Kedua, alih teknologi dalam pengertian mewarisi perusahaannya karena habis izin usahanya, karena perjanjian, kompensasi atau nasionalisasi dalam arti dijalankan sepenuhnya alih tenaga dan modal nasional.

Alih teknologi pada franchise terdapat pada perjanjian franchise itu sendiri. Yang dialihkan adalah know how milik franchisor sebagai intellectual property milik franchisor dan termasuk seluruh sistem bisnis. Pada sistem bisnis ini, terjadi suatu alih teknologi pada saat pelatihan manajemen dan skill. Pada saat proses ini seluruh sistem bisnis milik franchisor dimiliki pula oleh franchisee, sehingga diharapkan terdapat keseragaman kualitas antara franchisor dengan franchisee. Selain itu, pada dasarnya adalah pengalihan wewenang dari franchisor kepada franchisee untuk mengadakan suatu usaha serupa di tempat lain atas izin dari Franchisor.

---

<sup>36</sup> Ibid.

Bisnis franchise perlu mendapat perhatian karena terkait penanaman modal, penggunaan teknologi, serta kemampuan berorganisasi dan manajemen. Khusus dalam kaitannya dengan teknologi sudah menjadi tekad bangsa Indonesia untuk menguasainya. Tekad bangsa Indonesia ini sesuai dengan kenyataan bahwa negara-negara yang kemampuan ekonominya tinggi juga mempunyai kekuatan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 18 ayat (3 huruf d) menyatakan penanaman modal yang mendapat fasilitas, salah satunya harus memenuhi kriteria melakukan alih teknologi.<sup>37</sup>

Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2005 tentang Alih Teknologi bahwa perjanjian waralaba harus mampu melindungi kekayaan intelektual serta hasil kegiatan penelitian dan pengembangan oleh perguruan tinggi dan lembaga penelitian dan pengembangan. Pengertian alih teknologi menurut peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2005 khususnya Pasal 1 Ayat (1) ialah Pengalihan kemampuan memanfaatkan dan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi antar lembaga, badan atau orang, baik yang berada dalam lingkungan dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri ke dalam negeri atau sebaliknya. United Nations Centre Transnational Corporation (UNCTC) mendefinisikan alih teknologi sebagai suatu proses penguasaan kemampuan teknologi dari luar negeri, yang dapat diuraikan dalam 3 (tiga) tahapan. Pertama, peralihan teknologi yang ada kedalam produksi barang dan jasa tertentu. Kedua, asimilasi dan difusi teknologi itu kedalam perekonomian Negara penerima. Ketiga, teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka perjanjian franchise di Indonesia menghendaki adanya pengalihan teknologi dalam rangka pembangunan Indonesia dengan berbagai cara. Pertama, memperkerjakan tenaga-tenaga ahli perorangan. Dengan cara ini negara berkembang bisa dengan mudah mendapatkan teknologi, yang berupa teknik dan proses manufacturing yang tidak dipatenkan. cara ini hanya cocok untuk industri kecil dan menengah. Kedua, menyelenggarakan suplai dari mesinmesin dan alat equipment lainnya. suplai ini dapat dilakukan dengan kontrak tersendiri. Ketiga, perjanjian lisensi dalam teknologi si pemilik teknologi dapat memudahkan teknologi dengan memberikan hak kepada setiap orang/badan untuk melaksanakan teknologi dengan suatu lisensi.<sup>38</sup>

### **Bentuk Penerapan Kebebasan Berkontrak Perjanjian *Franchise* dalam KUHPerdata**

Perjanjian di dalam KUHPerdata diatur pada buku III yang menganut sistem terbuka dan asas kebebasan berkontrak. KUHPerdata memberikan kebebasan kepada para pihak yang mengadakan perjanjian untuk menentukan isi perjanjian dengan syarat tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Pasal-pasal di dalam KUHPerdata hanya merupakan hukum pelengkap. Artinya, apabila para pihak sudah mengatur sendiri dalam perjanjian, maka pasal-pasal dalam KUHPerdata dapat dikesampingkan. Namun sebaliknya, apabila para pihak belum mengatur dalam perjanjiannya maka yang berlaku ialah ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam KUHPerdata. Buku III KUHPerdata tersebut terdiri atas dua bagian, yaitu bagian umum dan bagian khusus. Bagian umum mengatur tentang perikatan-perikatan pada umumnya, perikatan-perikatan yang lahir dari

---

<sup>37</sup> Lihat Pasal 18 Ayat (3) huruf (d) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

<sup>38</sup> Ita Gambiro, *Aspek-Aspek Hukum dan Pengalihan Teknologi*, (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 1978).

perjanjian atau kontrak, perikatan-perikatan yang lahir karena undang-undang, dan tentang hapusnya perikatan. Sedangkan bagian khusus mengatur tentang perjanjian-perjanjian khusus yang dikenal atau disebut juga perjanjian bernama seperti jual beli, sewa menyewa, dan sebagainya.

Perjanjian menurut Pasal 1313 KUHPPerdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Rumusan Pasal 1313 KUHPPerdata telah mensyaratkan bahwa suatu perjanjian melahirkan adanya kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (pihak) kepada satu atau lebih orang (pihak) lainnya berhak atas prestasi tersebut. Syarat sahnya suatu perjanjian secara umum diatur di dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu terdapat empat syarat yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu perjanjian. Keempat syarat tersebut, di antaranya sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kesepakatan untuk membuat perikatan, suatu hal yang tertentu, dan suatu sebab yang halal.<sup>39</sup>

Syarat pertama dan kedua sebagai syarat subjektif, sehingga apabila tidak dipenuhi salah satu dari kedua syarat ini maka dapat mengakibatkan perjanjian tersebut boleh dimintakan pembatalannya. Syarat ketiga dan keempat tersebut merupakan syarat objektif, yakni jika salah satunya tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut menjadi batal karena hukum. Jika syarat-syarat sahnya perjanjian sebagaimana tersebut di dalam Pasal 1320 KUHPPerdata telah terpenuhi maka menurut Pasal 1338 KUHPPerdata, perjanjian tersebut mempunyai kekuatan hukum sama dengan kekuatan suatu undang-undang.

Ketentuan Pasal 1338 KUHPPerdata menegaskan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.<sup>40</sup> Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali, selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1338 KUHPPerdata tersebut maka dapat diketahui adanya asas kebebasan berkontrak, yakni setiap orang bebas untuk membuat perjanjian atau bebas untuk menentukan isi suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Selain itu keabsahan suatu kontrak akan sangat menentukan kebebasan dalam berkontrak. Sepanjang kontrak yang dibuat oleh para pihak itu adalah sah maka berlakulah asas kebebasan berkontrak ini. Demikian halnya dalam perjanjian franchise juga mengenal kebebasan berkontrak. Kebebasan itu tentu harus memperhatikan batasan-batasan yang telah ditentukan sebagaimana dikemukakan di atas dan juga mesti memenuhi syarat keabsahan dalam berkontrak.

Perjanjian franchise merupakan suatu perjanjian antara pemilik franchise (franchisor) dengan pemegang franchise (franchisee). Franchisor memberikan hak kepada pihak franchisee untuk memproduksi atau memasarkan barang (produk) dan/atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya. Beberapa unsur dalam suatu perjanjian franchise, adanya suatu perjanjian yang disepakati, adanya pemberian hak dari franchisor kepada franchisee untuk memproduksi dan memasarkan produk dan/atau jasa, pemberian hak tersebut terbatas

---

<sup>39</sup> Lihat Pasal 1320 KUHPPerdata.

<sup>40</sup> Lihat Pasal 1338 KUHPPerdata.

<sup>41</sup> Christie Pertiwi Mopeng, *Asas Kebebasan Berkontrak Terhadap Perjanjian Franchise di Indonesia*, *Jurnal Lex Administratum*, Vol. II, No. 3, Juli-Oktober 2014, hlm. 161.

pada waktu dan tempat tertentu, dan adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari franchisee kepada franchisor.

Perjanjian franchise sebagai salah satu kontrak innominaat pengaturannya diatur dalam suatu perundangan yang khusus, namun demikian tetap mengacu pula pada peraturan perundangan yang umum dalam hal ini KUHPerduta.<sup>41</sup> Perjanjian franchise itu sendiri merupakan pengembangan dari Pasal 1338 KUHPerduta tersebut. Walaupun belum ada pengaturan mengenai franchise, maka tetap dapat dilaksanakan berdasarkan pada pasal di atas. Franchise merupakan suatu perjanjian yang bertimbal balik karena, baik pemberi waralaba maupun penerima franchise, keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu. Suatu paket franchise pada dasarnya merupakan satu paket yang terdiri atas beberapa jenis perjanjian-perjanjian yang dimaksud biasanya terdiri atas perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan mengenai perjanjian yang menyangkut kerahasiaan.

### 3. PENUTUP

Alih teknologi pada franchise terdapat pada perjanjian Franchise sebagai suatu intellectual property milik franchisor. Pada sistem bisnis ini terjadi suatu alih teknologi pada saat pelatihan manajemen dan skill. Pada saat proses ini seluruh sistem bisnis milik franchisor dimiliki pula oleh franchisee sehingga diharapkan terdapat keseragaman kualitas antara franchisor dengan franchisee. Bisnis franchise perlu mendapat perhatian karena menyangkut penanaman modal, penggunaan teknologi, kemampuan berorganisasi, dan manajemen.

Perjanjian franchise adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik franchise (franchisor) dengan pemegang franchise (franchisee). Franchisor memberikan hak kepada pihak Franchisee untuk memproduksi atau memasarkan barang (produk) dan/atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati. Kesepakatan itu di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Perjanjian franchise sebagai salah satu kontrak innominaat pengaturannya diatur dalam suatu perundangan yang khusus, namun tetap mengacu pada peraturan perundangan yang umum di dalam KUHPerduta. Perjanjian franchise merupakan pengembangan dari Pasal 1338 KUHPerduta. Secara khusus belum ada pengaturan tentang franchise, namun tetap dapat dilaksanakan berdasarkan pada pasal di atas. Franchise merupakan suatu perjanjian yang bertimbal balik karena pemberi waralaba maupun penerima franchise berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu. Suatu paket franchise pada dasarnya merupakan satu paket yang terdiri atas beberapa jenis perjanjian-perjanjian yang terdiri atas perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan perjanjian yang menyangkut kerahasiaan.

### 4. DAFTAR PUSTAKA

- Mertokoesoemo, Sudikno. *Hukum Acara Perdata Indonesia* (Yogyakarta: Liberty, 1993),
- Abdurrahman A. 1970. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*. Cetakan 2. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Alan West. *Perdagangan Eceran*. 1992. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Christie Pertiwi Mopeng. *Asas Kebebasan Berkontrak Terhadap Perjanjian Franchise di Indonesia*. Jurnal Lex Administratum Vol. II No. 3 Juli-Oktober 2014.
- Fitri A & Anny. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia Bergambar*. Makasar: Galeri Lontara.

- Hardjowidigdo. Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise. Makalah Pertemuan Ilmiah tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi. Jakarta: BPHN, 14-16 Desember 1993.
- Ita Gembiro. 1993. Aspek-Aspek Hukum dan Pengalihan Teknologi. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional.
- Johanis Ibrahim dan Lindawaty Sewu. 2004. Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern. Jakarta: Rafika Aditama: Jakarta.
- Juajir Sumardi. 2012. Hukum Perusahaan Transnasional dan Franchis. Jakarta: Arus Timur.
- J. Queen. 1993. Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kaufman. 1990. Franchising 1990 Business Strategies and Compliance Issues. T.tp: Practising Law Institute.
- Marissa Vydia Awaluddin. Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus. *Lex Privatum* Vol. I No. 1 Januari-Maret 2013.
- Moch. Basarah dan Faiz Mufidin. 2007. Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Munir Fuady. 2002. Pengantar Hukum Bisnis. Bandung: Citra Aditya Bakti. Martin D. Fern. 1992. *Warren's Form of Agreement*. USA: Mattew Bender.
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. 2007. Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: Rajawali Pers.
- V. Winarto. tt. Pengembangan Waralaba (Franchising) di Indonesia Aspek Hukum dan Non Hukum. *Ikatan Advokat Indonesia*: Surabaya.
- Zainal Asikin. Mempercepat Alih Teknologi Melalui Perjanjian Waralaba. *Jurnal IUS* Vol. II No. 4 April 2014.