



Evaluasi Hukum Kontrak Waralaba Dalam Pendekatan Hukum Perdata

Laura Sharendova Gunawan¹, Urbanisasi²

^{1,2} Universitas Tarumanagara

Abstract

Received: 19 Agustus 2023
Revised: 20 September 2023
Accepted: 27 September 2023

This study was conducted to learn more about the characteristics of the franchise industry and how it develops in relation to the rapid development of the franchise industry in Indonesia. According to the findings of the study, the franchise industry is still largely unknown among Indonesians even though it is a more profitable and capital-efficient business model than starting a new business. With certain rights and obligations carried out by each party based on the terms of the agreement set forth in the Civil Code, this franchise business can be launched immediately after an agreement is reached between the owner of the franchise right and the holder of the franchise right. However, apart from the basic contractual terms, the government-specific laws and regulations that serve as the legal framework for the growth of this franchise business are still sorely lacking. As a result, many entrepreneurs continue to be "afraid" of starting this kind of business and instead prefer to build their own.

Keywords: Franchise, Growth, Business, Contract

(*) Corresponding Author: laurasharen01@gmail.com

How to Cite: Gunawan, L. S., & Urbanisasi, U. (2023). Evaluasi Hukum Kontrak Waralaba Dalam Pendekatan Hukum Perdata. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8405840>.

INTRODUCTION

Laju pembangunan ekonomi semakin cepat dan semakin rumit di era globalisasi saat ini. Seiring dengan berbagai transaksi yang terjadi di Indonesia hingga saat ini, jenis kerjasama komersial baru juga bermunculan. Tumbuhnya kolaborasi korporasi semacam ini membuka pintu bagi pengembangan fasilitas dan model bisnis baru, termasuk bisnis waralaba (Sembiring, 2022). Waralaba adalah alternatif dari jalan tradisional perusahaan guna pemasaran dan distribusi. perusahaan sering menggunakan teknik ini guna menciptakan saluran ritel tanpa memerlukan perusahaan induk guna melakukan investasi besar. Persoalan hukum juga diperparah dengan keberadaan lembaga sosial waralaba dalam kehidupan ekonomi. Hal ini disebabkan adanya hubungan di dalam sistem waralaba yang dimungkinkan oleh adanya hubungan yang didasarkan pada suatu hubungan perjanjian yang dikenal dengan perjanjian waralaba.

Meskipun industri waralaba sudah ada sejak lama, baru belakangan ini pemerintah Indonesia memberlakukan pembatasan dan kerangka hukum yang lebih jelas terkait dengan operasional dan regulasi waralaba. Hal ini dilakukan guna melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba, termasuk pemegang waralaba, pemilik merek dagang, dan konsumen. Pemerintah Indonesia memberlakukan pembatasan dan kerangka hukum guna mengatur aspek-aspek penting dalam industri waralaba, seperti persyaratan registrasi, pengungkapan informasi, kewajiban pemegang waralaba, perlindungan konsumen, dan penyelesaian sengketa. Langkah ini bertujuan guna menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan, adil, dan berkelanjutan. Dengan adanya pembatasan dan

kerangka hukum yang jelas, pemerintah dapat memastikan bahwa pemegang waralaba dan pemilik merek dagang mematuhi standar tertentu dalam operasional dan praktik bisnis mereka. Hal ini melibatkan pengungkapan informasi yang lengkap dan jelas kepada calon pemegang waralaba, termasuk mengenai persyaratan finansial, pelatihan, dukungan, dan kontrak waralaba (Amalia, 2019).

Selain itu, kerangka hukum yang jelas juga memberikan perlindungan bagi konsumen. Pemerintah memastikan bahwa produk ataupun layanan yang ditawarkan melalui waralaba memenuhi standar kualitas dan keselamatan yang ditetapkan. Konsumen juga dilindungi melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efektif. Bagi pemegang waralaba, pembatasan dan kerangka hukum ini memberikan kepastian dalam menjalankan bisnis waralaba. Mereka memiliki panduan yang jelas mengenai tata cara operasional, peraturan keuangan, dan hak-hak serta kewajiban yang harus dipatuhi (Priyono, 2018).

METHODS

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian normatif dengan pendekatan yuridis, yang mencakup pemeriksaan undang-undang dan peraturan perundang-undangan yang relevan serta membaca istilah-istilah hukum dalam literatur saat ini. Agar suatu penelitian mempunyai arah dan sasaran yang sesuai dengan objek penelitian, maka masalah harus dirumuskan dengan jelas. Ini akan membantu menjernihkan kebingungan ataupun ambiguitas mengenai subjek penelitian yang mungkin muncul selama diskusi penelitian. Penelitian ini bermaksud guna menyelidiki konsekuensi hukum dan model komersial waralaba yang lazim. meninjau ketentuan perjanjian waralaba tentang kewajiban hukum para pihak terhadap pihak ketiga.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Perjanjian Waralaba Antara Pemilik Merek Dagang Dan Calon Pemegang Waralaba

Pemegang hak waralaba yang membeli waralaba format bisnis menerima wewenang guna mengiklankan dan menjual barang dan/ataupun jasa di wilayah ataupun lokasi tertentu, tunduk pada persyaratan operasional dan pemasaran tertentu. Ada tiga format waralaba yang berbeda dalam bentuk ini: 1) Waralaba Kerja, di mana pemilik hak waralaba yang mengoperasikan bisnis benar-benar membeli dukungan guna perusahaannya sendiri. Dia menawarkan layanan guna menyetel mesin otomotif, misalnya, dengan nama waralaba tertentu (Muaziz, 2015). Karena tak membutuhkan banyak ruangan ataupun peralatan, bentuk ini biasanya paling murah; 2) Bisnis Waralaba, yang saat ini merupakan industri waralaba yang sedang berkembang pesat. Itu bisa muncul sebagai tempat makan cepat saji, toko ritel yang menawarkan produk ataupun layanan, ataupun toko percetakan. Karena kebutuhan akan fasilitas dan peralatan khusus, biayanya lebih tinggi daripada pekerjaan yang diwaralabakan. 3) Waralaba Investasi: Skala perusahaan, khususnya jumlah investasi yang diperlukan, merupakan karakteristik utama yang membedakan jenis waralaba ini dari waralaba kerja dan waralaba bisnis. Investasi awal yang dibutuhkan guna investasi franchise yang ditawarkan oleh bisnis ternama bisa mencapai miliaran rupiah. Perusahaan yang membeli hak

waralaba investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi pemilik waralaba memilih model sistem waralaba ini karena kurangnya pengalaman manajemen dalam menjalankan perusahaan baru. Lahirnya perjanjian waralaba melibatkan beberapa faktor penting. Pertama, ada pemilik merek dagang ataupun pemilik konsep bisnis yang berhasil dan ingin memperluas jangkauan bisnisnya. Mereka memutuskan guna memberikan hak penggunaan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan kepada pihak ketiga yang disebut pemegang waralaba. Pemilik merek dagang ini memiliki pengetahuan dan pengalaman yang signifikan dalam industri tertentu.

Kedua, ada calon pemegang waralaba yang tertarik guna memanfaatkan merek dagang yang sudah terkenal dan sistem bisnis yang teruji. Mereka melihat peluang dalam menjalankan bisnis dengan bantuan merek dan dukungan dari pemilik merek dagang tersebut. Lahirnya perjanjian waralaba melibatkan proses negosiasi antara pemilik merek dagang dan calon pemegang waralaba. Pihak-pihak ini akan membahas berbagai aspek perjanjian, termasuk hak dan kewajiban, masa berlaku, royalti ataupun biaya waralaba, area eksklusif, panduan operasional, pelatihan, dan dukungan yang akan diberikan. Setelah negosiasi selesai dan kesepakatan tercapai, perjanjian waralaba ditandatangani oleh kedua belah pihak. Perjanjian ini menetapkan hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta mengatur hubungan antara pemilik merek dagang dan pemegang waralaba (Roesli, 2019).

Dalam proses ini, penting bagi kedua belah pihak guna melakukan kajian hukum dan mempertimbangkan semua aspek yang terkait. Hal ini membantu memastikan bahwa perjanjian waralaba dibuat dengan jelas, saling menguntungkan, dan mematuhi peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku. Dengan demikian, lahirnya perjanjian waralaba melibatkan keinginan pemilik merek dagang guna memperluas bisnis dan ketertarikan calon pemegang waralaba yang melihat nilai dan potensi dalam merek dagang dan sistem bisnis yang ditawarkan. Metode Distribusi Produk Waralaba, di mana penerima waralaba diberikan lisensi monopoli guna mempromosikan produk ataupun layanan dari bisnis tunggal di wilayah tertentu. Franchisor dapat memberikan waralaba wilayah, dalam hal ini franchisee teritorial ataupun salah satu cabangnya dapat membeli hak guna menjalankan ataupun memasarkan perusahaan waralaba di wilayah tertentu. Waralaba regional memberi peluang kepada waralaba induk guna membangun rantai perusahaan dengan lebih cepat. Penerima waralaba induk mendapat manfaat dari pembayaran royalti dan penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh keturunannya sambil berbagi pengalaman manajemen dan risiko keuangan dengan mereka (Yuanitasari, 2020).

Jenis Fasilitas Manufaktur Pemilik hak waralaba, khususnya dalam jenis waralaba ini, memberikan pengetahuan ataupun formula rahasia dari suatu proses guna memproduksi barang ataupun jasa. Franchisor kemudian memproduksi barang/jasa tersebut di atas dan mendistribusikannya sesuai dengan pedoman manufaktur dan merek yang sama dengan yang dimilikinya. Menurut konsep konsensualitas hukum kontrak Indonesia, kontrak terbentuk ketika kesepakatan dibuat antara calon pemberi waralaba dan calon penerima waralaba. Dengan kata lain, meskipun suatu perbuatan formal belum dilakukan ataupun belum diikuti, perjanjian waralaba tetap sah apabila pemilik hak waralaba dan pemegang hak

waralaba telah mencapai kesepakatan mengenai hal-hal yang hakiki (Mahendar, 2019) .

Namun, sebelum kesepakatan dibentuk dalam perjanjian waralaba, biasanya dilakukan negosiasi antara para pihak. Dalam situasi ini, calon pemilik waralaba sering menghubungi pemilik waralaba terlebih dahulu guna mengumumkan niat dan keinginannya guna membuat bisnis waralaba dengan menggunakan merek pemilik waralaba dalam suatu lokasi tertentu. Lokasi di mana perusahaan waralaba akan dibuat dan dijalankan kemudian biasanya diperiksa oleh pemilik waralaba. Studi lokasi ini dilakukan guna memberikan calon pemilik hak waralaba sesuatu guna dipikirkan saat membuat kondisi standar yang pada akhirnya akan menjadi tanggung jawab mereka guna membayar .Tujuan dari inspeksi lokasi adalah guna memastikan keadaan saat ini dari lokasi yang dimaksud, serta apakah mungkin dan memenuhi persyaratan guna mendirikan bisnis cabang waralaba dari sudut pandang pemasaran dan standar struktural. Selain itu, perjanjian waralaba ditandatangani setelah tercapainya kesepakatan dan calon pemegang hak waralaba telah membaca dan memahami format perjanjian waralaba tersebut dan tak berkeberatan terhadap segala hak ataupun kewajiban yang timbul darinya. Setelah bisnis waralaba beroperasi, pemberi waralaba kemudian diberikan hak guna menggunakan nama, merek dagang, dan logonya dengan melakukan berbagai pembayaran, termasuk pembayaran awal guna biaya pemilihan lokasi dan biaya lainnya; royalti; pembayaran penyelenggaraan pemegang hak waralaba kepada pihak ketiga; pembayaran guna pasokan bahan baku; dan lain-lain (Jamilah, 2012).

Dalam perjanjian waralaba, terdapat beberapa pihak yang terlibat, yaitu pihak pemberi waralaba (franchisor), pemegang waralaba (franchisee), dan pihak ketiga (pelanggan ataupun publik). Pemberi waralaba memiliki tanggung jawab guna menyediakan panduan, pelatihan, dan dukungan kepada pemegang waralaba terkait sistem bisnis dan operasional. Mereka juga harus memastikan bahwa pemegang waralaba memenuhi standar kualitas dan layanan yang telah ditetapkan. Di sisi lain, pemegang waralaba bertanggung jawab guna menjalankan usaha sesuai dengan standar operasional dan panduan yang diberikan oleh pemberi waralaba. Mereka harus menjaga reputasi merek dagang, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, dan mempromosikan produk ataupun layanan sesuai dengan pedoman yang ditetapkan.

Pihak ketiga, sebagai pelanggan ataupun publik, memiliki hak atas produk ataupun layanan yang memenuhi standar kualitas yang dijanjikan. pemberi waralaba dan pemegang waralaba harus memastikan bahwa tak ada praktik penipuan ataupun pelanggaran hukum dalam operasional usaha. Mereka juga harus memberikan pelayanan yang memuaskan, menjaga kepuasan pelanggan, dan menghormati hak konsumen serta menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku. Kedudukan dan tanggung jawab masing-masing pihak ini dapat bervariasi tergantung pada ketentuan dalam perjanjian waralaba yang disepakati. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak guna memahami hak dan kewajiban mereka serta menjalankan perjanjian tersebut dengan itikad baik. Masa berlaku suatu perjanjian waralaba dapat bervariasi tergantung pada kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba. Umumnya, perjanjian waralaba memiliki jangka waktu yang ditentukan, yang dapat berupa periode tertentu, misalnya lima tahun, sepuluh tahun, ataupun lebih lama. Selama masa berlaku perjanjian, pemegang waralaba

memiliki hak guna menggunakan merek dagang, sistem bisnis, dan dukungan dari pemberi waralaba. Di sisi lain, pemegang waralaba berkewajiban menjalankan usaha sesuai dengan standar dan panduan yang telah ditetapkan (Roesli, 2019).

Selain itu, dalam perjanjian waralaba juga biasanya terdapat ketentuan mengenai perpanjangan perjanjian. Pihak-pihak dapat sepakat guna memperpanjang masa berlaku perjanjian setelah periode berakhir, dengan ataupun tanpa revisi tertentu terhadap ketentuan-ketentuan yang ada. Hal ini bergantung pada kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba, serta performa dan kesuksesan bisnis yang dicapai selama masa perjanjian. Namun, perlu diingat bahwa terdapat juga situasi di mana perjanjian waralaba dapat berakhir sebelum masa berlaku yang ditentukan. Misalnya, jika salah satu pihak melanggar ketentuan perjanjian secara serius ataupun tak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan, pihak lain dapat mengakhiri perjanjian dengan alasan tersebut.

Dalam prakteknya, penting bagi pihak-pihak yang terlibat guna melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja dan kepatuhan terhadap perjanjian waralaba. Hal ini dapat membantu memastikan kelangsungan dan keberhasilan bisnis waralaba serta mengidentifikasi kemungkinan perluasan ataupun perpanjangan masa berlaku perjanjian. Wanprestasi dan risiko adalah dua hal yang perlu diperhatikan dalam perjanjian waralaba. Wanprestasi merujuk pada pelanggaran serius terhadap ketentuan perjanjian oleh salah satu pihak, sedangkan risiko mengacu pada kemungkinan terjadinya kegagalan ataupun kerugian dalam operasional bisnis waralaba. Kedua aspek ini dapat memiliki dampak yang signifikan dalam hubungan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba. Wanprestasi dapat terjadi jika salah satu pihak tak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perjanjian. Misalnya, pemberi waralaba mungkin tak menyediakan dukungan yang telah dijanjikan, ataupun pemegang waralaba mungkin tak menjalankan usaha sesuai dengan standar dan panduan yang telah ditetapkan. Wanprestasi seperti ini dapat mengakibatkan ketakpuasan pelanggan, kerugian finansial, ataupun reputasi yang buruk bagi pemegang waralaba (Saisab, 2021).

Di sisi lain, dalam perjanjian waralaba terdapat risiko yang harus dipertimbangkan. Risiko bisnis dapat mencakup faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi, persaingan yang ketat, ataupun fluktuasi pasar. Risiko operasional juga dapat muncul dalam bentuk kegagalan sistem, kurangnya kualitas produk ataupun layanan, ataupun ketidakpatuhan terhadap standar yang ditetapkan. Guna mengurangi risiko dan potensi wanprestasi, penting bagi kedua belah pihak guna melakukan komunikasi yang baik, saling memahami harapan dan kewajiban masing-masing, serta mengatur mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas. Pengawasan dan pengelolaan yang efektif dari pemberi waralaba terhadap pemegang waralaba juga dapat membantu meminimalkan risiko dan memastikan kepatuhan terhadap perjanjian. Dalam setiap perjanjian waralaba, penting bagi kedua belah pihak guna memahami risiko dan implikasi hukum yang terkait, serta guna mengambil langkah-langkah proaktif guna mencegah wanprestasi dan mengelola risiko dengan bijaksana (Dewi, 2015). Evaluasi hukum kontrak bisnis waralaba menggunakan hukum perdata melibatkan penelitian dan analisis terhadap ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian waralaba. Hukum perdata mengatur tentang hubungan perdata antara individu ataupun badan hukum,

termasuk kontrak dan perjanjian yang dilakukan antara pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba.

Pentingnya Evaluasi Kinerja Dan Kepatuhan Terhadap Perjanjian Waralaba Dalam Mencapai Kelangsungan Dan Keberhasilan Bisnis Waralaba

Dalam evaluasi hukum kontrak waralaba menggunakan hukum perdata, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Kesepakatan Para Pihak: Perlu dianalisis apakah kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba sah dan berdasarkan kehendak bebas dan sukarela masing-masing pihak. Jika ada indikasi adanya tekanan, penipuan, ataupun kesalahan yang signifikan dalam pembentukan perjanjian, hal tersebut dapat mempengaruhi keabsahan kontrak.
2. Ketentuan-ketentuan Kontrak: Ketentuan-ketentuan dalam perjanjian waralaba harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip hukum perdata yang berlaku. Ini mencakup ketentuan mengenai objek perjanjian, hak dan kewajiban pihak-pihak, batasan dan pemenuhan, serta klausul penyelesaian sengketa.
3. Perlindungan Hukum bagi Pihak yang Lebih Lemah: Hukum perdata sering kali memberikan perlindungan khusus bagi pihak yang lebih lemah, seperti pemegang waralaba. Evaluasi harus memastikan bahwa perjanjian waralaba tak melanggar prinsip-prinsip perlindungan konsumen ataupun memberikan ketidakseimbangan hak dan kewajiban yang merugikan pihak yang lebih lemah.
4. Penyelesaian Sengketa: Evaluasi juga harus memperhatikan klausul penyelesaian sengketa dalam perjanjian. Hal ini melibatkan analisis terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang ditentukan, apakah melalui mediasi, arbitrase, ataupun pengadilan, serta apakah mekanisme tersebut sesuai dengan persyaratan hukum perdata yang berlaku.

Analisis terhadap kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba dalam hal keabsahan kontrak sangat penting dalam evaluasi hukum kontrak waralaba menggunakan hukum perdata. Dalam analisis ini, perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat memengaruhi keabsahan kesepakatan, seperti tekanan, penipuan, ataupun kesalahan yang signifikan dalam pembentukan perjanjian (Pahlefi, 2019).

1. Tekanan: Apakah salah satu pihak merasa terpaksa ataupun ditekan guna menandatangani perjanjian waralaba tanpa kehendak bebas dan sukarela? Tekanan dapat berupa ancaman fisik, ancaman hukum, ataupun penekanan psikologis yang mempengaruhi kemampuan pihak tersebut guna membuat keputusan secara bebas.
2. Penipuan: Apakah ada tindakan penipuan yang terjadi dalam pembentukan perjanjian? Misalnya, pemegang waralaba memberikan informasi yang salah ataupun menyesatkan mengenai potensi keuntungan ataupun risiko bisnis waralaba kepada pemberi waralaba. Jika ada indikasi adanya penipuan yang signifikan, hal tersebut dapat memengaruhi keabsahan kesepakatan.
3. Kesalahan yang Signifikan: Apakah salah satu pihak melakukan kesalahan yang signifikan dalam pembentukan perjanjian? Kesalahan dapat meliputi pemahaman yang salah terhadap ketentuan-ketentuan perjanjian, kesalahan dalam perhitungan royalti ataupun biaya waralaba, ataupun kesalahan lain yang dapat mempengaruhi substansi kesepakatan.

Jika ditemukan adanya tekanan, penipuan, ataupun kesalahan yang signifikan dalam pembentukan perjanjian waralaba, hal tersebut dapat mempengaruhi keabsahan kontrak. Dalam beberapa yurisdiksi hukum perdata, kontrak yang dibuat di bawah kondisi-kondisi seperti ini dapat dinyatakan tak sah ataupun dapat dianulir oleh pihak yang merasa dirugikan. Oleh karena itu, penting guna melakukan analisis yang cermat terhadap kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba guna memastikan keabsahan kontrak dan memastikan bahwa kesepakatan tersebut didasarkan pada kehendak bebas dan sukarela masing-masing pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, ataupun kesalahan yang signifikan (Indiraharti, 2016).

CONCLUSION

Dalam rangka evaluasi hukum kontrak waralaba dengan pendekatan hukum perdata, terdapat beberapa poin penting yang perlu diperhatikan. Kesepakatan antara pemberi waralaba dan pemegang waralaba harus dianalisis guna memastikan keabsahan kontrak berdasarkan kehendak bebas dan sukarela masing-masing pihak. Indikasi adanya tekanan, penipuan, ataupun kesalahan yang signifikan dalam pembentukan perjanjian dapat mempengaruhi keabsahan kontrak tersebut. Dengan memperhatikan hal-hal di atas, pemberi waralaba dan pemegang waralaba dapat memastikan bahwa perjanjian waralaba mereka sesuai dengan prinsip-prinsip hukum perdata, berjalan dengan baik, dan saling menguntungkan.

REFERENCES

- Amalia, I. Q. A. Y., & Prasetyawati, E. (2019). Karakteristik asas proporsionalitas Dalam Pembentukan Klausul Perjanjian Waralaba. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2(2), 173-184.
- Dewi, P. P., & Darmadi, A. A. S. W. (2015). Asas Naturalia Dalam Perjanjian Baku. *Jurnal Ilmu Hukum*.
- Indiraharti, N. S. (2016). Aspek Keabsahan Perjanjian Dalam Hukum Kontrak (Suatu Perbandingan Antara Indonesia dan Korea Selatan). *Jurnal Hukum PRIORIS*, 4(1), 15-38.
- Mahendar, F., & Budhayati, C. T. (2019). Konsep Take It or Leave It Dalam Perjanjian Baku Sesuai Dengan Asas Kebebasan Berkontrak. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), 97-114.
- Muaziz, M. H., & Busro, A. (2015). Pengaturan Klausula baku dalam hukum perjanjian untuk mencapai keadilan berkontrak. *Law Reform*, 11(1), 74-84.
- Pahlefi, P., Raffles, R., & Manik, H. (2019). Klausula Pembatalan Sepihak Dalam Perjanjian Menurut Peraturan Perundang-Undangan Indonesia. *Gorontalo Law Review*, 2(2), 72-80.
- Priyono, E. A. (2018). Aspek Keadilan dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba). *Law Reform*, 14(1), 15-28.
- Roesli, M., Sarbini, S., & Nugroho, B. (2019). Kedudukan perjanjian baku dalam kaitannya dengan asas kebebasan berkontrak. *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, 15(1), 1-8.
- Roesli, M., Sarbini, S., & Nugroho, B. (2019). Kedudukan perjanjian baku dalam kaitannya dengan asas kebebasan berkontrak. *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, 15(1), 1-8.

- Saisab, R. V. (2021). Kajian Hukum Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Baku. *LEX PRIVATUM*, 9(6).
- Sembiring, Z., & Zulkarnaen, I. (2022). Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut KUH Perdata. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10864-10875.
- Yuanitasari, D., & Kusmayanti, H. (2020). Pengembangan Hukum Perjanjian Dalam Pelaksanaan Asas Itikad Baik Pada Tahap Pra Kontraktual. *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 3(2), 292-304.