



## Tinjauan Yuridis Perlindungan Pemberi Waralaba Atas Wanprestasi Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba

Tiara Shafa Putri<sup>1</sup>, Urbanisasi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Tarumanagara

---

### Abstract

Received: 23 Oktober 2023

Revised : 31 Oktober 2023

Accepted: 03 November 2023

*The franchise agreement which forms the basis for the implementation of the franchise made by the franchisor and the franchisee clearly states the rights and obligations of each party. It is possible that the agreement entered into by the franchisor and the franchisee may face cases of default by one of the parties. An example of default that can occur is when the franchisee does not pay the required royalty fees. The method used in this paper is normative law. Based on the results of the writing, the franchisor gets protection for his interests, namely the right to receive royalty fees from the franchisee. The purpose of this writing is to understand what kind of legal protection the franchisor has as a victim of default by the franchisor for not paying royalty fees.*

**Keywords:** *Royalty Fees, Franchise, Default*

(\*) Corresponding Author: [Tiara.205210002@stu.untar.ac.id](mailto:Tiara.205210002@stu.untar.ac.id)

**How to Cite** Putri, T. S., & Urbanisasi. (2023). Tinjauan Yuridis Perlindungan Pemberi Waralaba Atas Wanprestasi Penerima Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10090653>

---

### PEMBAHASAN

Pesatnya pertumbuhan pada bisnis dunia di negara Indonesia ini semakin banyaknya masyarakat yang berlomba-lomba untuk menjadi pengusaha sukses dengan berbagai cara. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh pengusaha untuk meraup keuntungan, mulai dari membangun usaha dari awal atau memulai bisnis dengan melakukan kemitraan, artinya menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk membuat atau memasarkan suatu barang dan/atau jasa.

Berdasarkan pada Pasal 1 angka 13 Undang Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, “Kemitraan adalah kerjasama keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar”. Prinsip yang dimiliki oleh kemitraan telah disebutkan dalam definisi dan juga diperjelas dalam Pasal 104 ayat (2) Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah “Prinsip kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi prinsip saling : a. memerlukan; b. mempercayai; c. memperkuat; dan d. menguntungkan.” (Pariela, 2017)

Kemitraan memiliki beberapa pola yang diatur oleh pemerintah, pola-pola tersebut memiliki perbedaan dalam pelaksanaannya dan memiliki kesamaan pada pihak-pihak yang berkaitan. Pihak yang berkaitan dalam pola-pola kemitraan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar atau Usaha Mikro dan Usaha Kecil dengan Usaha Besar. Pola-pola kemitraan tersebut telah tercantum dan diatur pada Pasal 26 Undang Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.

“Kemitraan dilaksanakan dengan pola: a. inti-plasma; b. subkontrak; c. waralaba; d. perdagangan umum; e. distribusi dan keagenan; dan f. bentuk kemitraan lain, seperti: bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan atau joint venture dan juga ada penyumberluaran dan outsourcing”

Beberapa tahun terakhir, jenis kemitraan yang sedang digandrungi oleh kalangan pengusaha adalah waralaba atau franchise. Waralaba sangat diminati oleh para entrepreneur karena dianggap tidak rumit dengan alasan tidak harus memulai bisnis dari awal. Selain itu, waralaba juga diminati karena banyaknya seminar yang mempromosikan kesuksesan waralaba yang terjamin dengan waktu yang singkat.

Jenis kemitraan waralaba ini mulai digunakan saat perusahaan Singer di Amerika Serikat yang memproduksi mesin jahit menggunakan jenis kemitraan waralaba untuk mengembangkan distribusi produknya. Di Indonesia, pola kemitraan waralaba sering digunakan untuk mengembangkan bisnis makanan dan minuman. Sebagai contoh adalah minuman-minuman manis yang mereknya telah banyak di temukan di kota-kota Indonesia seperti Chatime, Haus, Janji Jiwa, Xing Fu Tang, Tiger Sugar, dan lain-lain. Banyaknya toko-toko yang sering kita temui ini terjadi karena faktor kemudahan dan kelebihan yang didapat oleh penerima waralaba saat memutuskan untuk memulai bisnis dengan waralaba.

Pelaksanaan waralaba didasarkan oleh perjanjian. Dalam perjanjian waralaba, pihak yang terkait adalah pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Masing-masing pihak memiliki hak dan kewajibannya masing masing, namun pihak pemberi waralaba memiliki kuasa yang lebih banyak. Perjanjian waralaba tidak terjadi begitu saja, banyak tahap yang harus dilakukan oleh franchisor dan franchisee untuk mencapai tahap perjanjian. Jika dilihat dari keperdataan, perjanjian dibagi menjadi dua yaitu perjanjian nominaat atau perjanjian bernama dan perjanjian innominaat atau perjanjian tak bernama. Perjanjian nominaat berarti bahwa perjanjian yang dilakukan dengan jelas memiliki nama dan diatur dalam Kitab Undang Undang Hukum Perdata atau KUHPer, contoh perjanjian nominaat yang sering terjadi di kehidupan masyarakat adalah perjanjian sewa menyewa, perjanjian jual beli, dan lain-lain. Sedangkan, perjanjian innominaat adalah perjanjian yang tak memiliki nama dan tidak diatur dalam KUHPer. Contoh dari perjanjian innominaat adalah perjanjian tukar-menukar, perjanjian sewa beli, dan juga salah satunya adalah perjanjian waralaba atau franchise.

Dalam suatu perjanjian, dikenal yang namanya wanprestasi yaitu lalainya pemenuhan kewajiban oleh salah satu pihak dalam perjanjian yang disebabkan oleh hal-hal tertentu. Begitupun dengan perjanjian waralaba, tidak menutup kemungkinan bahwa dapat terjadi kelalaian dalam pemenuhan kewajiban, baik dari franchisor maupun franchisee.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan ini adalah metode hukum normatif yaitu dengan menganalisis peraturan-peraturan yang sesuai dan berkesinambungan dengan isu yang dibahas. Peter Mahmud Murzaki menyatakan bahwa “Penelitian hukum normatif adalah proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.” Bahan hukum yang dipakai dalam penulisan jurnal ini

terbagi menjadi 2 yaitu primer dan sekunder. Pada primer, digunakan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan bahan sekundernya merupakan hasil penelitian dari beberapa sarjana hukum dan juga analisis dari beberapa buku yang berkaitan dengan isu

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### ***Hasil***

Salah satu pola kemitraan yang berkembang pesat di Indonesia adalah waralaba karena dianggap sederhana dan tidak rumit. Waralaba paling banyak digunakan untuk makanan cepat saji yang dapat ditemukan dimana-mana di kota-kota Indonesia. Beberapa contohnya adalah makanan cepat saji ayam goreng, terdapat banyak merek dan jenis yang dijual seperti Kentucky Fried Chicken, A&W, McDonald, Sabana, Hisana, dan masih banyak lainnya. Beberapa merek tersebut sudah sangat tidak asing di telinga masyarakat Indonesia karena kepopulerannya atas keunggulannya dari masing-masing merek. Kepopuleran tersebut dibantu dengan pola kemitraan yang digunakan oleh pemilik dari usaha-usaha tersebut. Pengertian waralaba tercantum pada Pasal 1 Angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Disebutkan bahwa “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba”

Kemudahan dan kelebihan dalam menjalankan waralaba menarik banyak sekali pengusaha untuk ikut andil dalam pengembangan suatu merek. Beberapa kemudahan dan kelebihan yang dirasakan oleh penerima waralaba adalah

#### 1. Cepat

Waralaba merupakan bisnis yang dapat dilakukan dengan cepat, karena penerima waralaba hanya cukup menerima bimbingan dari pemberi waralaba dan melakukannya sesuai bimbingan. Sehingga penerima waralaba tidak perlu melalui tahap-tahap yang rumit saat membangun usaha yang bukan waralaba seperti pendaftaran merek, memutuskan strategi marketing, membuat standar operasional prosedur, dan lain-lainnya. Dengan tidak melalui hal-hal tersebut, bisnis dapat dilakukan dengan cepat.

#### 2. Minim Resiko

Dengan adanya bimbingan dari penerima waralaba, bisnis akan terjauhi dari resiko-resiko yang tidak diinginkan. Pemberi waralaba merupakan pihak yang sudah ahli di bidangnya selama bertahun-tahun. Hal tersebut dibuktikan dengan syarat untuk menggunakan pola kemitraan waralaba adalah bisnis sudah berdiri dan memberi keuntungan setidaknya lima tahun. Contohnya adalah mengenai manajemen finansial yang merupakan hal krusial dalam menjalankan suatu bisnis, jika pengusaha memulai bisnis dari awal, ia harus memikirkan dan mempelajari dengan matang bagaimana ia harus melakukan manajemen finansial bisnisnya tersebut. Namun jika membuka waralaba, penerima waralaba tidak perlu lagi manajemen finansial seperti apa yang harus dilakukan, karena hal tersebut sudah ditentukan oleh pemberi waralaba. Dengan itu, bimbingan dari pemberi waralaba akan sangat membantu agar bisnis tidak mengalami kerugian atau resiko lainnya.

3. Mendapat pinjaman Bank lebih besar kemungkinannya

Dalam memberikan pinjaman, Bank akan menjadi sangat selektif kepada siapa mereka akan memberikan pinjaman. Pastinya mereka tidak ingin meminjamkan uang dalam jumlah banyak ke pihak yang salah karena resiko yang akan ditanggung oleh bank akan sangat berat. Saat meminjam uang ke Bank, pihak Bank sesuai dengan peraturan akan memeriksa reputasi dari si peminjam dan kesanggupan peminjam saat mengangsur kembali. Selain itu, tujuan peminjaman juga menjadi faktor yang menentukan apakah Bank akan memberikan peminjaman atau tidak. Jika peminjam mengajukan pinjaman dengan tujuan membuka waralaba, kemungkinan atas mendapat pinjaman dari Bank akan lebih besar karena mereka paham bahwa waralaba memiliki resiko yang kecil.

Waralaba yang sering dilihat oleh masyarakat memiliki dasar dalam pelaksanaannya, salah satu dasar tersebut adalah perjanjian yang dilakukan oleh para pihak yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba. Dalam melakukan perjanjian, ada beberapa tahap yang harus dilalui oleh para pihak untuk mencapai suatu kesepakatan atau konsensualisme yang nantinya akan tertuang dalam perjanjian tertulis. Perjanjian waralaba atau Franchise Agreement merupakan perjanjian tertulis yang dibuat oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam hal kerjasama bisnis waralaba yang memuat perjanjian lisensi HAKI dan ketentuan lain yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis waralaba secara keseluruhan (Serfiyani, 2015). Perjanjian waralaba harus telah disepakati dan ditandatangani oleh para pihak sebelum bisnis waralaba terlaksana. Bahkan, sebelum adanya kesepakatan antar para pihak, pemberi waralaba wajib untuk memberikan prospektus penawaran waralaba. Berdasarkan pada Pasal 1 angka Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba disebutkan bahwa “Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, serta Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) pemberi waralaba”.

Berdasarkan Pasal 7 ayat (2) Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba, “Prospektus penawaran waralaba memuat paling sedikit mengenai: a. Data identitas pemberi waralaba, b. Legalitas usaha pemberi waralaba, c. sejarah kegiatan usahanya, d. Struktur organisasi pemberi waralaba, e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, f. Jumlah tempat usaha, g. Daftar penerima waralaba, dan h. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.” Prospektus penawaran waralaba ini sangat penting untuk menentukan kesepakatan yang akan terjadi antara para pihak. Dengan informasi-informasi yang tertuang dalam prospektus penawaran waralaba, calon penerima waralaba dapat mempertimbangkan lebih lanjut untuk menyepakati bisnis waralaba ini yang nantinya tertuang dalam perjanjian.

Prospektus penawaran waralaba ini harus diberikan kepada penerima waralaba oleh pemberi waralaba paling lambat 2 minggu sebelum menandatangani perjanjian waralaba. Sehingga dapat diartikan bahwa sebelum adanya kesepakatan yang tertuang dalam perjanjian, penerima waralaba harus terlebih dahulu mengetahui informasi-informasi yang bersifat krusial mengenai waralaba yang

akan dijalankan. Selain prospektus penawaran waralaba, perjanjian waralaba juga harus diberikan kepada calon penerima waralaba 2 minggu sebelum menandatangani perjanjian, hal ini dilakukan agar pihak calon penerima waralaba mengerti dan paham mengenai hal-hal yang tertuang dalam perjanjian dan meminimalisir adanya kesalahpahaman. Salah satu hal yang tertuang dalam prospektus penawaran waralaba dan perjanjian waralaba adalah hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Perjanjian waralaba ini adalah dasar dari pelaksanaan waralaba, tanpa adanya perjanjian waralaba maka pelaksanaan tidak dapat dilakukan.

Mengenai klausula-klausula yang wajib ada dalam perjanjian diatur dengan jelas dan rinci pada Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019. Beberapa kewajiban dari pemberi waralaba yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 adalah :

1. Menyerahkan prospektus penawaran waralaba saat penawaran sedang terjadi. Prospektus penawaran waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba wajib untuk didaftarkan sebelum adanya kesepakatan atau perjanjian dengan penerima waralaba. Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa prospektus penawaran waralaba ini penting untuk diberikan kepada calon penerima waralaba agar mereka dapat mempertimbangkan kerjasama waralaba, namun untuk menjadikannya lebih meyakinkan, prospektus penawaran waralaba ini harus didaftarkan terlebih dahulu kepada menteri yang berwenang.
2. Memberikan binaan dengan bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan. Melalui binaan ini, penerima waralaba dapat menjalankan waralaba dengan lancar karena telah mendapat ilmu-ilmu dan informasi-informasi mengenai bagaimana menjalankan waralaba sesuai dengan ketentuan yang dimiliki oleh pemberi waralaba.
3. Untuk mendukung UMKM dalam negeri, pemberi waralaba dan penerima waralaba disarankan untuk menggunakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh UMKM dalam negeri selama barang dan/jasa tersebut memenuhi standar yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Selain itu, pemberi waralaba juga wajib untuk bekerjasama dengan UMKM di daerah dekat penerima waralaba membuka waralaba untuk pengadaan barang dan/atau jasa.

Sedangkan berikut merupakan sekian dari seluruh kewajiban dari penerima waralaba adalah :

1. Melaksanakan arahan yang telah diberikan oleh pemberi waralaba dalam hal pelaksanaan waralaba seperti penggunaan Hak Kekayaan Intelektual, metode penjualan tata cara penyajian, dan lain lain yang berkaitan dengan pelaksanaan waralaba.
2. Memenuhi hak pemberi waralaba dalam hal pengawasan yang dapat dilakukan secara berkala maupun tanpa pemberitahuan dengan tujuan pemberi waralaba memastikan bahwa waralaba berjalan sesuai dengan ketentuan yang diberikan.
3. Memberikan pembayaran royalti dan waralaba kepada pemberi waralaba dalam jumlah yang telah ditentukan.

4. Dalam hal waralaba berakhir, penerima waralaba wajib mengembalikan seluruh hal yang dimiliki oleh pemberi waralaba seperti data dan informasi yang didapat saat waralaba berjalan (Pariela, 2017).

Kewajiban penerima waralaba kepada pemberi waralaba yang dilakukan rutin setiap bulannya adalah pemberian biaya royalti atas penggunaan Hak Kekayaan Intelektual yang digunakan oleh penerima waralaba untuk menjalankan bisnis waralabanya. Tidak menutup kemungkinan bahwa penerima waralaba akan melakukan wanprestasi dimana ia tidak akan membayarkan biaya royalti yang seharusnya dibayarkan dan hal ini dapat mengakibatkan kerugian yang harus ditanggung oleh pemberi waralaba.

Wanprestasi sendiri adalah keadaan dimana saat debitur tidak dapat memenuhi janji yang dibuatnya kepada kreditur. Menurut Subekti, wanprestasi memiliki 4 unsur, yang pertama adalah jika debitur tidak melakukan apa yang ia janjikan kepada kreditur, kedua adalah ketika debitur melakukan apa yang dijanjikan namun tidak persis sama dengan apa yang dijanjikan, ketiga adalah telat dalam melakukan apa yang dijanjikan dan yang terakhir adalah ketika debitur melakukan hal yang dilarang dalam perjanjian. Lalu, solusi yang ada saat wanprestasi terjadi diatur dalam Pasal 1239 KUHPerdara yang menyatakan bahwa jika debitur tidak memenuhi kewajibannya, maka wajib dipenuhi melalui penggantian biaya atau ganti kerugian dan bunga.

Selain itu jika berdasar pada Pasal 1243 KUHPerdara yang menyatakan "Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan" memiliki arti bahwa jika debitur tidak memenuhi kewajibannya, debitur dapat dikenakan sanksi yang berupa :

1. Mengganti kerugian yang dialami pihak kreditur beserta denda,
2. Pemutusan perjanjian yang berarti berakhirnya perjanjian yang mengikat para pihak sehingga tidak ada lagi hubungan hak dan kewajiban antara pihak debitur dan kreditur,
3. Peralihan resiko yang terjadi jika penyebab tidak terpenuhinya kewajiban debitur adalah keadaan memaksa atau *force majeure*,
4. Dibebankan biaya perkara jika kreditur mengambil keputusan untuk membawa masalah ke pengadilan.

Dalam hal ini, di perjanjian waralaba sudah pasti terdapat klausul yang menetapkan bahwa penerima waralaba harus membayarkan biaya royalti kepada pemberi waralaba setiap bulannya atas penggunaan Hak Kekayaan Intelektual oleh penerima waralaba. Sehingga, jika suatu saat penerima waralaba tidak dapat memenuhi janjinya untuk membayarkan biaya royalti kepada pemberi waralaba, maka ia akan dianggap wanprestasi. Jika hal ini terjadi, pemberi waralaba dapat meminta biaya kerugian yang didapatkan karena keterlambatan pembayaran biaya royalti oleh penerima waralaba. Hal tersebut berarti bahwa penerima waralaba yang melakukan wanprestasi dapat menyelesaikan masalah wanprestasi melalui ganti rugi yang termasuk denda.

Selain dengan penggantian rugi dan denda, pemberi waralaba juga dapat melayangkan somasi kepada penerima waralaba. Somasi adalah surat

peringatan yang diberikan oleh kreditur saat debitur tidak memenuhi kewajiban. Somasi bertujuan untuk memberi peringatan kepada debitur untuk segera memenuhi kewajibannya sebelum nantinya kasus dapat dilanjutkan ke proses litigasi. Penggunaan surat peringatan ini diatur dalam Pasal 1238 KUHPerdara. Pasal 1238 KUHPerdara menjelaskan “si berutang adalah lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan”. Pada realitanya, somasi biasanya diberikan kepada debitur maksimalnya adalah 3 kali, namun jika setelah 3 surat somasi tersebut debitur masih tidak memenuhi kewajibannya, maka masalah wanprestasi dapat dilanjutkan melalui proses pengadilan dimana pemberi waralaba mengajukan gugatan wanprestasi kepada penerima waralaba.

Dalam hal wanprestasi karena tidak membayarkan biaya royalti, gugatan wanprestasi harus diajukan kepada pengadilan yang berwenang yaitu Pengadilan Negeri. Berbeda jika wanprestasinya berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual, maka gugatan diajukan kepada Pengadilan Niaga. Merupakan fakta bahwa proses penyelesaian sengketa di pengadilan merupakan hal yang rumit dan bertele-tele karena banyaknya tahap yang harus dilalui. Di Indonesia, dalam dunia bisnis jika terjadi sengketa biasanya akan diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan atau Alternatif Penyelesaian Sengketa dan arbitrase. Dalam alternatif penyelesaian sengketa, terdapat banyak opsi yang dapat diambil oleh para pihak untuk menyelesaikan sengketa.

Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, terdapat enam cara untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan, yaitu arbitrase, konsiliasi, negosiasi, konsultasi, mediasi, dan penilaian ahli. Jika dalam perjanjian diatur mengenai penyelesaian sengketa melalui arbitrase, maka jika terjadi sengketa baik pemberi waralaba dan penerima waralaba tidak dapat mengajukan gugatan ke pengadilan, walaupun mengajukan, maka pengadilan akan menolak gugatan tersebut karena sebelumnya sudah ada kesepakatan dari kedua pihak untuk menyelesaikan sengketa melalui arbitrase.

## **CONCLUSION**

Kesimpulan dari penulisan ini adalah bahwa perjanjian waralaba tidak terjadi secara singkat. Untuk para pihak mencapai perjanjian, harus melalui beberapa tahap seperti penawaran dengan memberikan prospektus penawaran waralaba, kemudian tawar-menawar, dan yang nantinya mencapai kesepakatan yang dituangkan dalam perjanjian waralaba. Jika sewaktu-waktu, penerima waralaba tidak melakukan kewajibannya dalam membayarkan biaya royalti, pemberi waralaba dapat melindungi haknya dengan berbagai cara, bisa dimulai dengan somasi, lalu jika tidak dapat diselesaikan walau telah memberikan somasi, pemberi waralaba bisa terlebih dahulu menggunakan alternatif penyelesaian sengketa diluar pengadilan umum seperti konsiliasi, negosiasi, konsultasi, mediasi, dan penilaian ahli sesuai dengan pilihan. Namun jika masih belum terselesaikan, pemberi waralaba dapat menggugat penerima waralaba.

## REFERENSI

- EDEN POSTER, I KETUT SUAMBA, and I DEWA AYU SRI YUDHARI. "Analisis Kepuasan Konsumen Pada Produk Waralaba Teh Cap Poci Di Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar." *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)* 6, no. 1 (2017): 49–58.
- Lim, Kenneth De Lara, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujjanti. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina Di Kota Denpasar." *Jurnal Interpretasi Hukum* 1, no. 1 (2020): 60–65.
- Nida, Rahmatun. "Bisnis Waralaba Menguntungkan" (2022): 1–3.
- Syariah, Fakultas, Iain Antasari, and Jl A Yani Km. "BISNIS WARALABA DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF HUKUM BISNIS SYARIAH H. Syahrani Fakultas Syariah IAIN Antasari, Jl. A. Yani Km 4,5 Banjarmasin" (n.d.): 131–145.