



**ANALISIS YURIDIS ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK TERHADAP  
PERJANJIAN FRANCHISE MENURUT HUKUM POSITIF YANG BERLAKU  
DI INDONESIA**

**JURIDICAL ANALYSIS OF THE PRINCIPLE OF FREEDOM OF CONTRACT  
IN FRANCHISE AGREEMENTS UNDER INDONESIAN POSITIVE LAW**

**Muhammad Risky Hardyanta**

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [rizkyhardyanta26@gmail.com](mailto:rizkyhardyanta26@gmail.com)

**Khairul Aswadi**

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [khairulaswadi@unizar.ac.id](mailto:khairulaswadi@unizar.ac.id)

**Novie Afifmauludin**

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [Novie.afifmauludin@gmail.com](mailto:Novie.afifmauludin@gmail.com)

**Ainuddin**

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [drdiens21@gmail.com](mailto:drdiens21@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian franchise berdasarkan hukum positif Indonesia, khususnya yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/9/2019. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif (*doctrinal research*) yang berfokus pada kajian terhadap peraturan perundang-undangan dan konsep hukum yang berkaitan dengan penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian *franchise* di Indonesia. Adapun hasil dari penelitian ini ialah asas kebebasan berkontrak sebagaimana tertuang dalam Pasal 1338 KUH Perdata menjadi dasar hukum dalam pembentukan perjanjian franchise, namun implementasinya kerap menimbulkan ketimpangan dalam perumusan hak dan kewajiban karena dominasi pihak franchisor. Oleh karena itu, penting diterapkannya asas itikad baik dan kepatutan sebagai penyeimbang. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa regulasi yang ada saat ini belum cukup memberikan perlindungan hukum yang komprehensif bagi para pihak, sehingga dibutuhkan pembentukan Undang-Undang khusus tentang waralaba. Penelitian ini juga merekomendasikan pentingnya transparansi dan bantuan hukum dalam penyusunan serta pemahaman isi perjanjian franchise guna menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi seluruh pihak yang terlibat.

Kata Kunci: *Franchise*, Waralaba, Perjanjian, Kebebasan Berkontrak, Perlindungan Hukum.

**Abstract**

*This study aims to analyze the application of the principle of freedom of contract in franchise agreements under Indonesian positive law, particularly as regulated under Government Regulation Number 42 of 2007 and Minister of Trade Regulation Number 71/M-DAG/PER/9/2019. This study employs normative legal research, or doctrinal research, focusing on the examination of statutory regulations and legal concepts related to the*

*application of the principle of freedom of contract in franchise agreements in Indonesia. The findings indicate that the principle of freedom of contract, as stipulated in Article 1338 of the Indonesian Civil Code, serves as the legal basis for the formation of franchise agreements. However, its implementation often creates an imbalance in the formulation of rights and obligations due to the dominance of the franchisor. Therefore, the application of the principles of good faith and propriety is essential as a balancing mechanism. This study also shows that the existing regulations are not yet sufficient to provide comprehensive legal protection for the parties involved; thus, the establishment of a specific law on franchising is necessary. Furthermore, this study recommends the importance of transparency and legal assistance in drafting and understanding the contents of franchise agreements in order to ensure justice and legal certainty for all parties involved.*

## **PENDAHULUAN**

Pada tahun 1970 di Indonesia mulai dikenal usaha dengan menggunakan system *franchise* yang berasal dari luar negeri *franchise* pada mulanya di pandang bukan sebagai suatu usaha melainkan sebagai suatu konsep metode, ataupun suatu sistem kerjasama pihak lain selaku pemilik outlet, *Franchise/waralaba* Pasal 1 PP Nomor 42 tahun 2007 menjelaskan tentang perikatan dimana salah satu pihak diberikan oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system 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>1</sup>. Perjanjian waralaba menjadi salah satu dari sedikit jenis peluang usaha yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat hal ini dikarenakan bagi pengusaha tertentu memiliki prospek yang lebih baik dan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan ekonomi dibandingkan dengan peluang usaha pada umumnya. Model bisnis waralaba yang melibtkan kerja sama dengan pihak lain alih-alih melakukan investasi langsung, adalah salah satu cara paling efektif untuk memperluas jaringan perusahaan dan mengatasi tantangan saat ini. Dengan kata lain *franchisei* adalah salah satu model kemitraan bisnis yang bergantung pada hubungan kooperatif. Di zaman sekarang hukum perjanjian ini berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang ada di masyarakat pada saat ini terutama dengan pesatnya kemajuan ilmu tekhnologi serta lahirnya era globalisasi yang membawa dampak yang cukup signifikan terhadap perekonomian khususnya dibidang usaha, Salah satu contoh perjanjian yang banyak digunakan orang saat ini yaitu perjanjian waralaba (*franchise*). Bisnis waralaba ini terkenal dengan rute distribusinya yang sangat efisien yang membantu membawa barang lebih dekat dengan pelanggan melalui waralaba atau disebut dengan *franchise*.

Waralaba/ *franchise* memberikan kesempatan untuk pertumbuhan bisnis yang lebih

---

<sup>1</sup> Wulandari. Tinjauan Yuridis Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Di Dalam Perjanjian Franchise Seblak Duar..Diponogoro Law Jurnal,2021. Vol. 10(2), hlm. 304-313, linik jurnal <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/30695>.

cepat dengan memanfaatkan model bisnis waralaba, Para wirausaha dapat membuka beberapa lokasi atau cabang dengan lebih efisien karena mereka memiliki akses ke system yang sudah terbukti dan dukungan dari *franchisor*. Memanfaatkan kekuatan merek yang sudah dikenal di pasar adalah salah satu keunggulan besar dalam model bisnis waralaba karena dengan menggunakan merek yang sudah mapan, Para *franchise* dapat menarik lebih banyak pelanggan potensial dan mempercepat pertumbuhan bisnis mereka, Hal ini juga membantu mengurangi upaya yang diperlukan untuk mengembangkan merek mereka dari awal. Perjanjian *franchise* di Indonesia di atur dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang waralaba dan peraturan menteri perdagangan No.71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan waralaba.

Perjanjian bisnis *franchise* (waralaba), menurut hukum positif di Indonesia pada pasal 4 PP No.42 tahun 2007 tentang waralaba dijelaskan bahwa setiap perjanjian bisnis waralaba apapun bentuknya harus dibuat secara tertulis oleh para pihak. Pada pasal 5 UU No.42 Tahun 2007, Perjanjian waralaba membuat klausula paling sedikit: a) Nama dan alamat para pihak, b) jenis dan kekayaan intelektual, 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<sup>2</sup> usaha, g) jangka waktu perjanjian, h) kepemilikan, dan hak ahli waris, i) Penyelesaian Sengketa dan j) tata cara perpanjangan pengakhiran dan penutupan perjanjian. Bentuk perlindungan hukum terhadap *Franchise* dalam perjanjian dengan *Franchisor* terdapat dalam peraturan menteri perdagangan Nomor: 12/MDAAG/Per/3/2006, pada pasal 7 bahwa jangka waktu perjanjian waralaba (*Franchising*) berlaku sekurang-kurangnya 5 tahun. Ketentuan ini memberikan perlindungan hukum kepada *franchise* sebagai penerima waralaba. karena dengan demikian *franchisor* tidak dapat memutuskan perjanjian setiap waktu atau kapan saja. Dalam Pasal 14 dinyatakan bahwa jika pemberi waralaba memutuskan perjanjian sebelum beraakhirnya masa berlakunya perjanjian waralaba dan menunjuk penerima waralaba yang baru. maka penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) bagi penerima waralaba yang baik, hanya diberikan kalau pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk surat pernyataan bersama.

Perjanjian *franchise* (waralaba) merupakan perjanjian khusus karena dijumpai dalam kitab Undang-undang hukum Perdata (KUHPperdata) perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPperdata ditemui satu pasal yang mengatakan bahwa perjanjian

---

<sup>2</sup> N. A. J. Mauludin, "Perjanjian Waralaba: Penerapan dalam Konteks Modern," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 4, no. 4 (2024): 556, <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4.1983>.

yang dibuat secara sah. Selain itu Pasal 1320 KUHPerdataa juga menjadi dasar penting yang menyatakan bahwa sahnya suatu.<sup>3</sup> Asas kebebasan berkontrak sebagai dasar pembentukan perjanjian waralaba, Sering menjadi sebab terjadinya penyimpangan dalam perumusan hak dan kewajiban oleh pihak yang kuat, sehingga merugikan pihak yang lemah<sup>4</sup>, Sehingga perlu adanya filter untuk mencegah akses negative perjanjian yang berbentuk baku dengan dalih penerapan asas kebebasan berkontrak mendorong diterapkan Asas itikad baik dan kepatutan. Asas kebebasan berkontrak merupakan asas yang penting dalam hukum perjanjian.

Asas kebebasan berkontrak merupakan prinsip fundamental dalam hukum perjanjian yang memberikan hak kepada para pihak untuk secara bebas menentukan isi, bentuk, dan syarat-syarat perjanjian, Sehingga perjanjian *franchise* dan *franchisor* menyusun kesepakatan bisnis sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif (*doctrinal research*) yang berfokus pada kajian terhadap peraturan perundang-undangan dan konsep hukum yang berkaitan dengan penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian *franchise* di Indonesia.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian franchise berdasarkan hukum positif di Indonesia, khususnya melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, serta ketentuan hukum perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata<sup>5</sup>. Dalam sistem waralaba, hubungan hukum antara franchisor dan franchisee terbentuk melalui suatu perjanjian yang memuat pengaturan mengenai hak dan kewajiban para pihak, standar operasional usaha, serta penggunaan merek dan sistem bisnis milik *franchisor*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara normatif asas kebebasan berkontrak menjadi dasar dalam pembentukan perjanjian franchise. Asas ini memberikan kebebasan kepada para pihak untuk menentukan isi perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan hukum, kesusilaan, dan ketertiban umum sebagaimana tercermin dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata<sup>3</sup>. Namun dalam praktiknya, penerapan asas tersebut tidak sepenuhnya berjalan secara ideal karena sebagian besar perjanjian waralaba disusun dalam bentuk

<sup>3</sup> Ida Ayu Trisnadewi dan Made Mahartayasa, "Kedudukan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2014), <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1334035&val=907&title=KEDUDUKAN%20HUKUM%20PARA%20PIHAK%20DALAM%20PERJANJIAN%20WARALABA%20DI%20INDONESIA>

<sup>4</sup> Piyono. Asas kebebasan berkontrak dalam kontrak bisnis di Indonesia, *Jurnal Law Reform*, Vol. 14 No.1, 2018, hlm.15-28. Tersedia di <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20233>

<sup>5</sup> S. Gusteni, "Kedudukan Franchise Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba: Studi Kasus Franchise Kebab Turki Hanifah di Panam-Pekanbaru" (disertasi doktoral, Universitas Islam Riau, 2021), <https://repository.uir.ac.id/10856/>.

perjanjian baku (*standard contract*) yang dibuat oleh *franchisor*<sup>6</sup>.

Keberadaan kontrak baku tersebut menyebabkan franchisee sering berada pada posisi yang lebih lemah dalam proses perundingan perjanjian. *Franchisee* pada umumnya hanya memiliki pilihan untuk menerima atau menolak isi kontrak yang telah disusun sebelumnya oleh *franchisor* (*take it or leave it*). Kondisi ini menunjukkan bahwa kebebasan berkontrak dalam praktik waralaba tidak selalu mencerminkan kesetaraan posisi para pihak dalam menentukan isi perjanjian.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian franchise harus tetap memperhatikan prinsip keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak. Kebebasan berkontrak tidak bersifat mutlak karena dibatasi oleh prinsip itikad baik, kepatutan, serta norma hukum yang berlaku. Pembatasan tersebut bertujuan untuk mencegah munculnya klausul yang berpotensi merugikan salah satu pihak, khususnya franchisee yang memiliki posisi tawar lebih lemah dalam hubungan kontraktual. Didalam penerapan asas kebebasan berkontrak kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan adalah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian dalam hukum kontrak, Perancis kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya. Perjanjian *franchisor* dan *franchise* harus diwujudkan dalam bentuk kesepakatan sebagai dasar mengikatnya suatu kontrak *franchise*. Dalam perjanjian *franchise* harus dilaksanakan dalam bentuk tertulis sehingga lebih kuat dalam pelaksanaannya dan dalam penegakan kontrak tersebut, dan yang paling penting apabila terjadi sengketa dapat dijadikan sebagai barang bukti.

Apabila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada aspek pengaturan hukum waralaba secara normatif, penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama dalam praktik perjanjian franchise terletak pada ketidakseimbangan posisi tawar antara franchisor dan franchisee dalam penyusunan kontrak. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan kontrak baku dalam sistem waralaba berpotensi membatasi penerapan asas kebebasan berkontrak secara ideal<sup>7</sup>.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan menegaskan bahwa penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian franchise tidak hanya dimaknai sebagai kebebasan dalam membuat perjanjian, tetapi juga harus diimbangi dengan prinsip keseimbangan, perlindungan hukum, dan itikad baik antara para pihak. Hal tersebut penting untuk menciptakan hubungan hukum yang lebih adil dan proporsional dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia.

---

<sup>6</sup> Handayani, "Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1 (2016): 45–53, <https://id.scribd.com/document/636071649/Untitled>.

Untuk menguji penerapan asas kebebasan berkontrak dalam praktik perjanjian franchise di Indonesia, Penulis mengangkat sebuah kasus konkret yang terjadi antara pemilik merek dagang Es teller 77 dengan salah satu mitra franchisenya. Kasus ini menggambarkan bagaimana hubungan hukum antara franchisor dan franchise dapat menimbulkan sengketa apabila terdapat ketimpangan di dalam isi perjanjian maupun pelaksanaannya

PT Es Teler 77 merupakan salah satu pelaku usaha franchise makanan dan minuman yang cukup dikenal di Indonesia. Untuk memperluas jangkauan usahanya Es teler 77 membuka peluang kemitraan franchise kepada masyarakat salah satu mitra franchise yang dimana franchise A, melakukan kerja sama dengan membuka gerai resmi disalah satu pusat pembelanjaan diwilayah Jawa Barat.

Namun setelah gerai beroperasi selama beberapa bulan Franchise A menghadapi penurunan omzet yang signifikan, Hal ini disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis dan harga bahan baku dari franchisor yang dinilai lebih mahal dibandingkan harga pasar lokal, Dalam upaya mempertahankan kelangsungan usahanya franchise A memutuskan membeli sebagian bahan baku dari pemasok luar dan melakukan modifikasi ringan pada menu agar lebih sesuai dengan selera konsumen lokal<sup>7</sup>. Dengan mengetahui adanya pelanggaran terhadap klausul perjanjian franchisor mengeluarkan surat peringatan dan dalam waktu singkat segera melakukan pemutusan hubungan kerja saama secara sepihak. Pemutusan ini tidak disertai kompensasi maupun mekanisme penyelesaian sebagaimana yang diatur di dalam perjanjian, Sehingga menimbulkan kerugian secara ekonomi bagi mitra *franchise A*. Perjanjian waralaba yang dibuat antara PT Es teller 77 dan franchiswe A merupakan bentuk perjanjian privat yang tunduk pada ketentuan Pasal 1338 ayat 1 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyatakan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”. Artinya kedua belah pihak memiliki kebebasan untuk menentukan isi dan bentuk perjanjian selama tidak bertentangan dengan Undang- Undang, Ketertiban umum, dan kesusilaan<sup>8</sup>

Namun kebebasan dalam menentukan isi perjanjian dapat dimaknai secara mutlak di dalam pelaksanaannya seringkali terjadi ketimpangan posisi antara franchisor sebagai pemilik mitra usaha, Ketika klausul dalam perjanjian disusun secara sepihak oleh franchisor tanpa ruang negoisasi maka hal ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan dan bertentangan dengan asas keseimbangan dalam kontrak

<sup>7</sup> Indira Rachmawati, “Perlindungan Hukum bagi *Franchisee* dalam Perjanjian Waralaba yang Mengandung Klausula Baku,” *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 47, no. 4 (2017): 614.

<sup>8</sup> Indira Rachmawati, “Perlindungan Hukum bagi *Franchisee* dalam Perjanjian Waralaba yang Mengandung Klausula Baku,” *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 47, no. 4 (2017): 614.

Pemilihan kasus ini didasarkan pada relevansinya dengan focus penelitian, yaitu meleaah penerapan asas kebebasan berkontrak serta perlindungan terhadap pihak yang lebih lemah dalam perjanjian franchise. Selain itu juga kasus ini memperlihatkan secara nyata bagaimana praktik pemutusan kontrak sepihak yang dilakukan oleh franchisor sehingga menimbulkan hukum yang cukup kompleks. Franchise dalam kasus ini berada pada psosisi yang lebih lemah karena keterbatasan akses terhadap informasi, ketergantungan terhadap merek dagang, dan keterikatan dengan system waralaba. Jika franchisor menyusun kontrak secara sepihak dan memberlakukan sanksi tanpa melalui prosedur yang wajar maka tindakan tersebut dapat dianggap sebagai bentuk penyalhgunaan kekuasaan kontraktual<sup>9</sup>. Perlindungan terhadap pihak yang lemah dalam hubungan waralaba sejalan dengan prinsip keadilan kontraktual dan telah di akomodasi dalam Hukum positif di Indonesia. Antara lain melauli Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba.

Oleh Karena itu dalam praktik *franchise* kesepakatan yang lahir dari kehendak bebas para pihak menjadi dasar mengikatnya kontrak, baik dalam bentuk lisan maupun tertulis, Namun untuk menjamin kekuatan hukum dan kemudahan pembuktian apabila terjadi sengketa, perjanjian *franchise* sebaiknya dituangkan dalam bentuk tertulis, di KUHPerdata pelaksanaan perjanjian *franchise* di Indonesia juga harus memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan khusus, antara lain Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan waralaba, Serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Ketentuan-ketentuan peraturan hukum itu menekankan pentingnya transparansi informasi dari pihak *franchisor* kepada *franchise* serta perlindungan terhadap hak- hak konsumen dan etika dalam berbisnis, *franchisor* memiliki tanggung jawab utuk memberikan informasi yang Jujur, Akurat, dan tidak menyesatkan termasuk mengenai prospek Usaha, Biaya, Model bisnis, dan hak serta kewajiban para pihak. Selain itu menurut analisis penulis dapat dilihat bahwa struktur perjanjian *franchise* biasanya mencakup berbagai klausul-klausul penting yang harus dipahami dan disepakati secara jelas oleh para pihak. Jadi dapat disimpulkan analisa penulis bahwa asas kebebasan berkontrak tetap menjadi prinsip fundamental dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* di Indonesia, Namun tetap harus dilaksanakan dalam kerangka hukum positif yang berlaku di Indonesia yang berdasarkan iktikad baik, Praktik waralaba yang baik adalah praktik yang tidak hanya mematuhi aspek legal formal, Tetapi juga memperhatikan etika bisnis dan perlindungan terhadap konsumen dalam rangka

---

<sup>9</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011), 56, <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20137518&lokasi=lokal>

menciptakan kepastian hukum dan keadilan bagi semua pihak maka setiap klausul dalam perjanjian *franchise* harus disusun secara transparan, adil, dan proposional

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perjanjian *franchise* di Indonesia diatur secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019. Perjanjian ini memuat hak dan kewajiban kedua belah pihak, wilayah usaha, jangka waktu, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang harus dipenuhi untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi franchisor dan franchisee
2. Asas kebebasan berkontrak merupakan prinsip fundamental dalam pelaksanaan perjanjian franchise di Indonesia yang memberikan ruang bagi para pihak untuk mengatur isi, bentuk, dan syarat perjanjian secara bebas, asalkan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dan dilaksanakan dengan itikad baik. Selain aspek legal formal, aspek etika bisnis dan perlindungan konsumen juga sangat penting untuk menciptakan hubungan bisnis yang adil dan transparan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Fuady, Munir. *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20137518&lokasi=lokal>.

### Artikel Jurnal

Handayani. "Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1 (2016): 45–53. <https://id.scribd.com/document/636071649/Untitled>.

Mauludin, N. A. J. "Perjanjian Waralaba: Penerapan dalam Konteks Modern." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 4, no. 4 (2024): 556. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4.1983>.

Piyono. "Asas Kebebasan Berkontrak dalam Kontrak Bisnis di Indonesia." *Jurnal Law Reform* 14, no. 1 (2018): 15–28. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20233>.

Rachmawati, Indira. "Perlindungan Hukum bagi *Franchisee* dalam Perjanjian Waralaba yang Mengandung Klausula Baku." *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 47, no. 4 (2017): 614.

Trisnadewi, Ida Ayu, dan Made Mahartayasa. "Kedudukan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2014). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1334035&val=907&title=KEDUDUKAN%20HUKUM%20PARA%20PIHAK%20DALAM%20PERJANJIAN%20WARALABA%20DI%20INDONESIA>.

Wulandari. “Tinjauan Yuridis Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak di dalam Perjanjian Franchise Seblak Duar.” *Diponegoro Law Journal* 10, no. 2 (2021): 304–313. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/30695>.

**Skripsi/Tesis/Disertasi**

Gusteni, S. “Kedudukan Franchise Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba: Studi Kasus Franchise Kebab Turki Hanifah di Panam-Pekanbaru.” Disertasi doktoral, Universitas Islam Riau, 2021. <https://repository.uir.ac.id/10856/>.