



Perjanjian Waralaba

Ajuenna Pakpahan¹, Azurra Salwa Juwita², Grace Olivia Turnip³, Nadya C.R. Lumbantoruan⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email : ajuenna.7243413042@mhs.unimed.ac.id¹, azurrasalwajuwita.7241143010@mhs.unimed.ac.id², grcolvtrnp.7243143015@mhs.unimed.ac.id³, nadya.7241143018@mhs.unimed.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received Oktober 07, 2025

Revised Oktober 18, 2025

Accepted Oktober 25, 2025

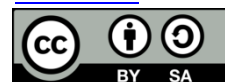
Keywords:

Franchise Agreement, Legal Protection, Franchisor, Franchisee, Business Efficiency

ABSTRACT

Franchise agreement as an important aspect of legal protection for the parties involved. This agreement serves as a legal basis to protect the rights and obligations between the franchisor and the franchisee. This study uses a qualitative descriptive method by analyzing various references, including journals and books, to explore the concept of franchising in Indonesia. The results of the study indicate that franchising has advantages in business efficiency and provides ongoing support. In addition, this study identifies the obligations of the franchisor and the rights of the franchisee in the context of the agreement. The conclusion states the importance of a deep understanding of the franchise agreement to optimize profits for all parties involved.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received Oktober 07, 2025

Revised Oktober 18, 2025

Accepted Oktober 25, 2025

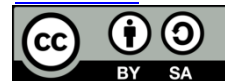
Kata Kunci:

Perjanjian Waralaba, Perlindungan Hukum, Franchisor, Franchisee, Efisiensi Usaha

ABSTRAK

Perjanjian waralaba sebagai aspek perlindungan hukum yang penting bagi pihak-pihak yang terlibat. Perjanjian ini berfungsi sebagai dasar hukum untuk melindungi hak dan kewajiban antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis berbagai referensi, termasuk jurnal dan buku, untuk mendalami konsep waralaba di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waralaba memiliki keuntungan dalam efisiensi usaha dan memberikan dukungan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi kewajiban franchisor dan hak franchisee dalam konteks perjanjian. Kesimpulan menyatakan pentingnya pemahaman yang mendalam mengenai perjanjian waralaba untuk mengoptimalkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Ajuenna Pakpahan

Universitas Negeri Medan

E-mail: ajuenna.7243413042@mhs.unimed.ac.id

PENDAHULUAN

Kata Franchise berasal dari bahasa Perancis *affranchir* yang berarti bebas atau lengkapnya bebas dari hambatan (free form seved). Dalam bidang bisnis, franchise berarti kebebasan yang diperoleh oleh seorang pengusaha untuk menjalankan usahanya sendiri



di wilayah tertentu dan dalam bentuk tertentu. Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang 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. Pemanfaatan keahlian berbisnis oleh pihak lain dalam perjanjian waralaba yang tersebut, hari-hari ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Untuk memasyarakatkan sistem keterkaitan usaha dalam bidang pemasaran di Indonesia di pandang perlu untuk mencari suatu persamaan kata yang lebih mudah dipakai, dibaca, diucapkan dan berakar pada kata kata yang lazim di gunakan di Indonesia. Oleh karena itu istilah di Indonesia lebih dikenal dengan istilah waralaba. Istilah waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Management (LPPM). Sebagai persamaan kata Franchise. Waralaba berasal dari kata wara (lebih atau istimewa) dan laba.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif ini adalah dengan menganalisa melalui referensi jurnal dan buku. Mengumpulkan informasi terkait materi berdasarkan beberapa jurnal dan buku. Tujuannya adalah untuk lebih mendalami pemahaman mengenai Franchise/Waralaba.

Penelitian ini dilakukan dengan mengulas dan menganalisa jurnal dan buku. Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa yang ingin menggali lebih dalam tentang Franchise/Waralaba. Mengumpulkan data- data yang tersedia didalam jurnal dan buku dengan mengidentifikasi pola, hubungan, dan informasi penting didalamnya. Penelitian ini menggunakan alat dan bahan seperti internet untuk mencari jurnal- jurnal dan buku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Waralaba merupakan salah satu bentuk kerja sama dalam bidang usaha dengan sistem bagi hasil. Bentuk usaha ini banyak digemari pengusaha pemula, karena risiko kegagalan lebih kecil daripada jika kita mendirikan sebuah usaha baru. Orang banyak mengenal waralaba dengan sebutan franchise. Kata franchise berasal dari bahasa Prancis, yaitu franchir yang artinya dibebaskan dari pemberian upeti, pajak kepada pihak-pihak yang berkuasa pada jaman dulu. Namun seiring perkembangan zaman, pengertian franchise berubah menjadi pemberian izin (lisensi) dalam pemakaian nama, produk/jasa atau merk dagang dalam jangka waktu tertentu.

Dalam dunia usaha istilah waralaba atau franchise adalah suatu pemberian izin atau lisensi oleh suatu pihak (perorangan atau perusahaan) sebagai pemberi franchise (dinamakan franchisor) kepada pihak lain sebagai penerima franchise (dinamakan franchisee) untuk berusaha dengan menggunakan nama usahanya atau nama dagangnya dengan menggunakan keseluruhan sistem yang telah ditetapkan oleh franchisor. Pemberian hak dari franchisor kepada franchisee tertuang dalam perjanjian waralaba yang berisi persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor bagi para franchiseenya. Termasuk di dalam perjanjian tersebut hak dan kewajiban franchisee dan franchisor. Misalnya dalam hal



hak yang dimiliki franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor, dan juga lama perjanjian waralaba.

Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Pengertian waralaba ini dibedakan dari waralaba nama dagang yang memang mengkhususkan diri pada perizinan penggunaan nama dagang dalam rangka pemberian izin untuk melakukan penjualan produk pemberi dalam suatu batas wilayah tertentu dalam suatu pasar yang bersifat non-kompetitif.

Pengertian franchise dari segi ekonomi meliputi beberapa kegiatan diantaranya : (1) Franchise produk dan merek dagang adalah bentuk franchise yang paling sederhana. Dalam franchise produk dan merek dagang ini pemberi waralaba atau franchisor memberikan hak kepada penerima waralaba atau franchisee untuk menjual produk yang dikembangkan oleh franchisor yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang atau nama dagang franchisor. Pemberian izin atau lisensi penggunaan merek dagang atau nama dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralaba kan atas pemberian izin penggunaan merek dagang dan nama dagang tersebut biasanya franchisor memperoleh suatu bentuk pembayaran royalti dimuka, dan selanjutnya franchisor memperoleh keuntungan yang sering disebut dengan royalti berjalan. (2) Franchise Format Bisnis adalah pemberian sebuah lisensi dari pemberi waralaba atau Franchisor kepada penerima waralaba atau Franchisee, lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba atau franchisor untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba atau franchisor, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan meminta bantuan yang terus menerus atas dasar yang telah ditentukan sebelumnya (Siti, 2019).

Ketentuan pasal 3 PP Waralaba menentukan waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut : (a) Memiliki ciri khas usaha; (b) Terbukti sudah memberikan keuntungan; (c) Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan atau jasa; (d) Yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis; (e) Mudah diajarkan dan diaplikasikan; (f) Adanya dukungan yang berkesinambungan; (g) Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar (Muhammaad, 2020).

Perjanjian sebagai Dasar Hubungan Hukum

Makin pesatnya pertumbuhan bisnis dewasa ini menuntut adanya perkembangan juga dalam hukum perjanjian, karena hubungan antara para pihak senantiasa berkembang franchise sebagai bentuk usaha berkembang dengan pesat dalam berbagai bidang kehidupan, baik dalam bidang penyediaan barang maupun jasa. Bagi franchisee adanya sistem franchise tersebut memberikan berbagai keuntungan dalam hal efisiensi usaha, karena franchisee menggunakan kekhasan bisnis (brain name), merek bisnis, logo, cara memproduksi, pemasaran serta service juga diberikannya technical assistance.



Dalam Pasal 1313 K.U.H. Perdata, disebutkan bahwa “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Istilah perjanjian dimaksudkan sebagai terjemahan *overeenkomst*. Ada pula yang menerjemahkan *overeenkomst* dengan persetujuan. Ditinjau dari segi bahasa Indonesia semata-mata, terjemahan *overeenkomst* dengan persetujuan tidaklah salah sepenuhnya, tetapi dari segi teknik yuridis penggunaan kata persetujuan sebagai terjemahan *overeenkomst* tidak tepat. Salah satu syarat sahnya perjanjian adalah *toestemming* (Pasal 1320 K.U.H. Perdata), yang berarti ijin atau dapat juga diterjemahkan dengan persetujuan (Sudikno Mertokusumo, 1992).

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (PP Waralaba) yang saat ini menjadi dasar hukum bagi usaha watalaba di Indonesia tidak memberikan pengertian perjanjian waralaba. Maka untuk memberikan penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan perjanjian waralaba akan dilakukan dengan memberi pengertian apa yang dimaksud dengan perjanjian kemudian menjelaskan apa yang dimaksud dengan waralaba.

Perjanjian menurut rumusan Pasal 1313 KUH Perdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Oleh karena itu sesungguhnya dari suatu perjanjian lahirlah kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (pihak) kepada satu atau lebih orang (pihak) lainnya yang berhak atas prestasi tersebut. Rumusan ini memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam satu perjanjian akan selalu ada dua pihak, dimana satu pihak adalah pihak yang wajib memberikan prestasi dan pihak lainnya adalah pihak yang berhak menerima prestasi tersebut, dan masing-masing pihak tersebut dapat terdiri dari satu orang atau lebih (Muhammad, 2020).

Untuk mengetahui sifat serta luasnya hak dan kewajiban yang timbul dari hubungan kontraktual, Nieuwenhuis menekankan pada dua aspek utama, yaitu: (a) Interpretasi (penafsiran) terhadap sifat serta luasnya hak dan kewajiban kontraktual, (b) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sifat serta luasnya hak dan kewajiban kontraktual, meliputi: (1) faktor otonom (terkait daya mengikatnya kontrak); (2) faktor heteronom (faktor –faktor yang berasal dari luar para pihak), terdiri dari: undang-undang, kebiasaan (*gebruik*), syarat yang biasa diperjanjikan (*bestandig gebruikelijk beding*), dan kepatutan (*billijkheid*) (Nieuwenhuis, 1985).

Adapun rumusan waralaba yang berkaitan dengan PP No. 16/1997 dapat diuraikan sebagai berikut: (a) Waralaba adalah suatu perikatan. Rumusan tersebut menyatakan waralaba tunduk kepada ketentuan umum mengenai perikatan yang terdapat dalam KUH Perdata (BW). (b) Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan HaKI atau penemuan atau ciri khas usaha. Adapun hak atas kekayaan intelektual meliputi merk, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang serta paten. Sedangkan penemuan atau ciri khas usaha, misalnya system manajemen serta cara penjualan atau penataan atau ciri distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknyanya. (c) Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan/atau penjualan barang/jasa. Ketentuan ini mensyaratkan bahwa waralaba tidaklah diberikan dengan cuma-cuma. Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan imbalan/ kompensasi yang diminta oleh pemberi waralaba dari penerima waralaba (M. Muchtar, 2012).

Pasal 1314 KUH Perdata menentukan bahwa suatu perjanjian dibuat dengan cuma-cuma atau atas beban. Suatu perjanjian dengan cuma-cuma adalah suatu perjanjian dengan



mana pihak yang satu memberikan suatu keuntungan kepada pihak yang lain tanpa menerima suatu manfaat bagi dirinya sendiri. Suatu perjanjian atas beban adalah suatu perjanjian yang mewajibkan masing-masing pihak memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu. Dengan demikian pada dasarnya perjanjian dapat melahirkan perikatan yang bersifat sepihak (dimana hanya satu pihak yang wajib berprestasi) dan perikatan yang bertimbal balik (dengan kedua belah pihak saling berprestasi). (Muhammad, 2020).

Suatu perjanjian itu sah apabila dalam perjanjian tersebut telah dipenuhi syarat-syarat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 K.U.H. Perdata, yaitu: (1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; (2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3) Suatu hal tertentu; (4) Suatu sebab yang halal. (Sudikno Mertokusumo, 1990).

Perjanjian merupakan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum yang berupa hak dan kewajiban dalam suatu prestasi. Dalam perikatan terdapat empat unsur, yaitu (a) hubungan hukum, (b) dua pihak, yaitu debitor dan kreditor, (c) hak dan kewajiban, (d) prestasi. Karena perjanjian ini menimbulkan perikatan perdata, apabila tidak dipenuhi, maka dapat diajukan ke pengadilan (J. Satrio, Op.Cit).

Perlindungan Hukum Terhadap Franchise di Indonesia

Bidang usaha Waralaba (Franchise) di Indonesia diatur dalam Buku ke III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebagai aturan umum dan Peraturan Pemerintah RI. tanggal 23 Juli 2007 No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/ 2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan pemerintahan nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba, Waralaba (Franchise) diartikan sebagai: hak khusus yang dimiliki oleh orang 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.

Pasal 4 Peraturan Pemerintahan nomor 42 tahun 2007 menyatakan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia (Sri Redjeki, 2011).

Wanprestasi dan Overmacht dalam Hubungan Hukum Antara Para Pihak

(1) Akibat Hukum Wanprestasi Para Pihak. Wanprestasi³⁸ . berarti kelalaian atau kealpaan (Kamus Hukum). Wanprestasi debitor dapat berupa hal-hal sebagai berikut. (a) Tidak melaksanakan apa yang disanggupi akan dilaksanakan. (b) Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan. (c) Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat. (d) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. (2) Akibat Hukum Overmacht (Keadaan Memaksa). Istilah Overmacht berasal dari bahasa Belanda yang berarti keadaan yang luar biasa yang tidak dapat dihindari oleh setiap orang dalam bentuk usaha apapun, yang tidak dapat diduga sebelumnya, yang bukan merupakan kesalahan salah satu pihak, yang menyebabkan debitor tidak dapat berprestasi, yang dapat diterima sebagai halangan yang membebaskan debitor yang beritikad baik dari kewajiban



untuk berprestasi. Dengan demikian, unsur-unsur yang terdapat dalam keadaan memaksa adalah: (a) Ada peristiwa yang menghalangi atau tidak memungkinkan debitor untuk berprestasi, yang dapat diterima sebagai halangan yang dapat membebaskan debitor dari kewajiban untuk berprestasi. (b) Tidak ada unsur salah pada debitor atas peristiwa itu. (c) Peristiwa tersebut tidak dapat diduga oleh debitor pada waktu menutup perjanjian (Siti, 2019).

Konsep Keseimbangan dalam Perjanjian Franchise

Secara ringkas Dahrendorf mengatakan bahwa konflik kelas menyebabkan perubahan struktural dan merembes sehingga terjadi di mana-mana. Dalam hubungannya dengan perjanjian, khususnya dalam perjanjian franchise, konflik-konflik berpotensi muncul antara lain;; (1) Konflik Kepentingan antara kepentingan individu dan kepentingan kelompok, kepentingan para pihak (2) Konflik kelembagaan (3) Konflik keadilan, keadilan antara pelaku usaha. Konflik-konflik tersebut membutuhkan manajemen dan sikap arif agar tujuan adanya perjanjian franchise di Indonesia benar-benar dapat menimbulkan keuntungan pada pihak-pihak secara berimbang, sehingga pada akhirnya diarahkan untuk pencapaian kemakmuran rakyat.

Esmi Warassih⁵⁹ berpendapat bahwa keadilan hendaknya memiliki arti yang sempurna karena keadilan tidak hanya menyangkut pembagian sumber daya saja tetapi harus merujuk pada persoalan akhlak. Hukum (termasuk dalam perjanjian franchise) hendaknya mengandung unsur material maupun spiritual, karena mewujudkan keadilan tanpa bimbingan kerohanian akan melanggar prinsip-prinsip kemanusiaan (contoh: perjuangan akan hak-hak seseorang atau masyarakat secara adil tanpa bimbingan cahaya (Nur) Illahi dapat menimbulkan tindakan anarkhi).

Perjanjian Franchise yang Berkembang Di Masyarakat

Dalam franchise ada dua pihak yang terlibat yaitu: 1) Pemberi waralaba (franchisor) yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba; 2) Penerima waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba Hal ini sesuai dengan yang ditentukan dalam Pasal 1 angka 2 dan 3 PP Nomor 42 Tahun 2007.

Perjanjian franchise ini harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang meliputi: 1. Adanya kesepakatan Kesepakatan dalam hal ini adalah kesepakatan antara pihak franchisor dengan franchisee. 2. Cakap untuk melakukan perbuatan hukum Para pihak dalam perjanjian franchise harus cakap melakukan perbuatan hukum. 3. Suatu hal tertentu. Dalam perjanjian franchise ada objek tertentu yang diperjanjikan baik berupa barang maupun jasa. 4. Suatu sebab yang halal.

Perjanjian bentuk baku ini dalam perkembangan di masyarakat memang tidak dapat dihindari karena dibutuhkan oleh masyarakat mengingat efisiensi baik dari segi biaya, waktu dan tenaga. Di samping itu, adanya asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338) memungkinkan para pihak untuk menentukan sendiri bentuk dan isi perjanjian, termasuk perjanjian baku. Dalam praktik, perjanjian franchise seringkali tidak sejalan dengan asas-asas hukum perjanjian (asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, dan asas pacta sunt servanda) yang



seharusnya menjadi landasan dalam setiap tahapan perjanjian baik tahap pra kontraktual, kontraktual maupun post kontraktual (Muhammad, 2020).

Kewajiban Franchisor

Apabila dilihat dari pengertian franchise maka dapat dilihat bahwa kewajiban franchisor adalah untuk melakukan atau memberikan bantuan teknik (technical assistance), pelatihan (training) dan tenaga kerja, perdagangan dan manajemen (merchandising and management). Kewajiban tersebut bahkan sudah dilakukan sebelum bisnis dimulai. Kewajiban franchisor ini dalam praktik seperti dikemukakan oleh Jenny Barmawi yaitu meliputi: (1) Memberikan izin kepada franchisee untuk mempergunakan: (2) Merek dagang, logo, dan desain berdasarkan perjanjian lisensi; (3) Trade secret, yaitu franchisor menyampaikan kepada franchisee terhadap rahasia dagang yang dimilikinya hak yang menyangkut spice and formulation (know how) yang manajemennya (metode operational) (4) Perlindungan territorial terhadap persaingan antar merek. (5) Program pelatihan dan tenaga kerja (Muhammad, 2020).

Hak franchisee dalam Perjanjian Franchise

Hak Franchise (a) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek franchise, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan franchise yang diberikan tersebut; (b) Memperoleh bantuan dari franchisor atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan. Hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek franchise (Muhammad, 2020).

KESIMPULAN

Perjanjian waralaba memainkan peran yang sangat penting dalam mengatur hubungan antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Melalui perjanjian ini, kedua belah pihak dapat menetapkan hak dan kewajiban mereka secara jelas, yang pada gilirannya menciptakan sebuah kerangka hukum yang melindungi mereka dari potensi risiko dan konflik. Dalam konteks bisnis yang semakin kompetitif, perjanjian waralaba menawarkan banyak keuntungan, termasuk efisiensi operasional dan akses ke merek yang telah dikenal. Franchisor bertanggung jawab untuk memberikan dukungan teknis dan pelatihan yang diperlukan agar franchisee dapat menjalankan bisnis dengan baik. Hal ini mencakup penyediaan sistem manajemen, pemasaran, dan layanan pelanggan yang telah terbukti efektif.

Di sisi lain, franchisee memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang relevan dan dukungan berkelanjutan dari franchisor. Ini tidak hanya membantu franchisee dalam menjalankan bisnis, tetapi juga memastikan bahwa standar kualitas yang ditetapkan oleh franchisor dapat dipenuhi. Optimalisasi hubungan ini sangat bergantung pada komunikasi yang baik dan pemahaman yang mendalam mengenai isi perjanjian. Pentingnya pemahaman terhadap perjanjian waralaba tidak dapat diabaikan. Dengan memahami hak dan kewajiban masing-masing, para pihak dapat mengurangi risiko pelanggaran yang dapat mengakibatkan



kerugian finansial dan reputasi. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan perlunya pendidikan dan pelatihan lebih lanjut bagi para pelaku usaha untuk mengoptimalkan potensi waralaba di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

Dasanti. 2019. Waralaba. Semarang; Mutiara Aksara

Hasyim, Muhammad. 2020. Perjanjian Franchise (Waralaba). Surabaya: Scopindo

Malikhatun, Siti. 2019. Aspek Hukum Perjanjian Franchise. Semarang; TigaMedia

Muchtar, Rivai. 2012. *Penulisan Karya Ilmiah*.

Pengaturan Waralaba Di Indonesia; Perspektif Hukum Bisnis. Jakarta; STIE Ahmad Dahlan

Redjeki, Sri. 2011. *Penulisan Karya Ilmiah*. Waralaba (Franchise) Di Indonesia; Jakarta