



# PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA

Oleh:

**Putu Prita Aira Paramasthi<sup>1</sup>**

**Made Aditya Pramana Putra<sup>2</sup>**

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali (80114).

Korespondensi Penulis: [pritaairaa03@gmail.com](mailto:pritaairaa03@gmail.com), [adityapramanaputra@unud.ac.id](mailto:adityapramanaputra@unud.ac.id).

**Abstract.** Franchise is a licensing agreement that establishes a continuous relationship between the franchisor (an entity or individual that holds the legal rights to a trademark, business system, and associated goods or services, and grants those rights to a franchisee under a franchise agreement) as the rights holder and the franchisee as the recipient. Within this arrangement, the franchisor grants exclusive rights to the franchisee, including the use of trademarks, business names, technical support, training, equipment, management systems, and even the provision of business locations. In Indonesia, the franchise industry has grown significantly, particularly in the form of business format franchises, where franchisees operate goods or services based on standardized systems designed by the franchisor. Common issues that often arise in franchise agreements are related to quality control and termination of the contract. Dispute resolution can be pursued through litigation or non-litigation mechanisms. Non-litigation methods include Alternative Dispute Resolution (ADR) such as negotiation, mediation, conciliation, and arbitration, which may be conducted by institutions such as BANI, BASYARNAS, BAM HKI, BAPMI, BPSK, and BAKTI. Litigation, on the other hand, is carried out through civil lawsuits in court.

**Keywords:** Franchise, Litigation, Non-Litigation, Dispute Resolution.

# PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA

**Abstrak.** *Franchise* merupakan suatu bentuk perjanjian lisensi yang menciptakan hubungan berkelanjutan antara *franchisor* (pihak atau perusahaan yang memiliki hak atas suatu merek dagang, sistem bisnis, dan produk atau jasa) selaku pemilik hak dan mitra sebagai penerima hak. Dalam mekanisme ini, franchisor memberikan hak eksklusif kepada mitra untuk menggunakan merek dagang, nama usaha, dukungan teknis, pelatihan, peralatan, sistem manajemen, hingga penyediaan lokasi usaha. Di Indonesia, waralaba berkembang pesat, terutama dalam bentuk franchise format bisnis, yaitu model di mana mitra menjalankan kegiatan penjualan barang atau jasa berdasarkan sistem yang telah dirancang secara baku oleh *franchisor*. Permasalahan yang kerap muncul dalam praktik waralaba biasanya berkaitan dengan aspek pengendalian mutu serta pemutusan hubungan perjanjian. Penyelesaian sengketa waralaba dapat ditempuh melalui jalur litigasi maupun non-litigasi. Penyelesaian non-litigasi diwujudkan melalui Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase yang dilaksanakan oleh lembaga resmi, termasuk BANI, BASYARNAS, BAM HKI, BAPMI, BPSK, serta BAKTI. Adapun jalur litigasi dilakukan dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

**Kata Kunci:** Franchise, Litigasi, Non-Litigasi, Penyelesaian Sengketa.

## LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara yang dikenal memiliki keragaman kekayaan, baik yang bersumber dari alam maupun yang lahir dari hasil karya manusia. Kekayaan tersebut mencakup berbagai bidang, mulai dari seni, budaya, ilmu pengetahuan, hingga teknologi. Potensi besar ini menjadikan Indonesia tidak hanya kaya secara sumber daya, tetapi juga menarik perhatian dunia internasional, khususnya bagi wisatawan mancanegara yang tertarik mempelajari dan menikmati keunikan seni serta budaya lokal.<sup>1</sup> Kekayaan tersebut tidak hanya bernilai estetika maupun sosial, melainkan juga memiliki nilai ekonomi yang dapat memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan nasional. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual menjadi hal yang sangat penting dalam rangka menjaga, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi yang dimiliki bangsa Indonesia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hidayah, Khoirul. *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual) di Indonesia*. Malang. 2013, hlm.2

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm. 4

Salah satu instrumen penting dalam memberikan perlindungan hukum terhadap karya cipta manusia adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI). HKI pada dasarnya merupakan hak ekonomi yang diberikan oleh hukum kepada pencipta, penemu, maupun pihak lain yang berhak sebagai bentuk pengakuan atas karya yang lahir dari kemampuan intelektual manusia. Perlindungan ini meliputi hak cipta, paten, merek, rahasia dagang, dan bentuk-bentuk lain yang diatur oleh peraturan perundang-undangan. Secara khusus, hak cipta memegang peranan penting karena mengatur perlindungan terhadap karya seni, sastra, dan ilmu pengetahuan, yang di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Hak cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemegang hak untuk mengumumkan, memperbanyak, atau memberikan izin penggunaan terhadap ciptaannya, dengan tetap memperhatikan pembatasan yang telah ditentukan oleh hukum. Dengan adanya perlindungan tersebut, pencipta memperoleh jaminan atas pengakuan dan penghargaan terhadap karyanya sekaligus memperoleh manfaat ekonomi dari hasil ciptaan tersebut.

Seiring dengan perkembangan globalisasi dan dinamika ekonomi, sistem bisnis di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu bentuk usaha yang mengalami pertumbuhan pesat adalah usaha waralaba atau franchise. Model bisnis ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan dan keberhasilan usahanya melalui sistem lisensi yang terikat pada perjanjian waralaba.<sup>3</sup> Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, franchise merupakan hak khusus yang dimiliki individu atau badan usaha terhadap suatu sistem bisnis dengan ciri khas tertentu, yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan pihak lain melalui suatu perjanjian. Dalam konteks hukum Indonesia, perjanjian waralaba tidak diatur secara langsung dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), melainkan dituangkan dalam kontrak sebagai dasar hubungan hukum yang mengikat para pihak.<sup>4</sup> Hak cipta merupakan hak yang mengatur karya intelektual dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang diwujudkan dalam bentuk tetap. Dengan kata lain, hak cipta adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta maupun pemegang hak untuk mengumumkan, memperbanyak, atau memberikan izin atas penggunaan ciptaannya,

---

<sup>3</sup> Salim HS. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm. 9

<sup>4</sup> Op.cit hlm. 5

## **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

dengan tetap memperhatikan pembatasan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>5</sup>

Perkembangan usaha waralaba di Indonesia semakin pesat sejak diberlakukannya regulasi yang memberikan kepastian hukum. Hal ini didorong oleh beberapa faktor, antara lain rendahnya kebutuhan modal dibandingkan dengan membangun usaha baru, tersedianya sarana pendukung seperti bahan baku dan resep yang sudah terstandarisasi, serta adanya dukungan teknis dari pihak franchisor. Pelaku usaha hanya perlu menentukan lokasi strategis sebagai titik operasional, sementara sistem manajemen dan reputasi merek telah tersedia. Kondisi ini menjadikan sistem waralaba sebagai salah satu model bisnis yang sangat diminati, terutama oleh pengusaha pemula. Namun demikian, usaha waralaba tidak dapat dipisahkan dari aspek hukum yang mengaturnya. Selain diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, waralaba juga memiliki keterkaitan erat dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta regulasi mengenai merek, paten, dan hak cipta. Hal ini disebabkan karena pada hakikatnya, penerima waralaba (franchisee) memanfaatkan merek dagang, rahasia dagang, paten, maupun ciptaan dari pemberi waralaba (franchisor) melalui suatu perjanjian lisensi. Atas pemanfaatan lisensi tersebut, franchise berkewajiban membayar royalti sebagai bentuk imbalan. Dengan kata lain, waralaba tidak hanya berbicara tentang hubungan bisnis, melainkan juga mencakup pemanfaatan kekayaan intelektual yang dilindungi oleh hukum.<sup>6</sup> Di Indonesia sendiri Undang-Undang Merek telah mengalami beberapa kali perubahan, dimulai dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992, dan kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Perubahan-perubahan yang telah dilakukan beberapa kali terhadap pengaturan merek di Indonesia ini membuktikan bahwa eksistensi merek di Indonesia itu sangatlah penting, sehingga memerlukan pembaruan untuk mengikuti perkembangan kehidupan masyarakat di Indonesia. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa usaha waralaba memiliki keterkaitan erat dengan berbagai instrumen hukum kekayaan intelektual, seperti hak cipta, paten, merek, dan rahasia dagang. Perlindungan hukum atas aspek-aspek tersebut

---

<sup>5</sup> Mujiyono dkk. *Panduan Permohonan Hak Kekayaan Intelektual; Hak Cipta*, Sentra HKI LPPM Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, hal. 1

<sup>6</sup> Loc.cit. hlm. 5

tidak hanya melindungi hak pencipta, inventor, atau pemilik merek, tetapi juga memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, keberadaan sistem hukum yang komprehensif mengenai waralaba sekaligus menjadi instrumen penting untuk mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Franchise mampu menjadi sarana efektif bagi UMKM untuk berkembang dengan memanfaatkan reputasi dan sistem usaha yang telah teruji, sehingga memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana sistematika bisnis UMKM franchise (waralaba) yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana proses penyelesaian sengketa terhadap hak merek franchise UMKM di Indonesia?

### **Tujuan**

Tujuan dari dibuatnya artikel ini adalah untuk lebih mengetahui lebih mendalam lagi terkait bagaimana sistem perlindungan hukum terhadap sengketa yang menyangkut hak merek franchise yang didirikan oleh masyarakat pelaku usaha UMKM di Indonesia serta bagaimana sistem UMKM franchise ini dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya di Indonesia.

### **METODE PENELITIAN**

Kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif, yakni suatu pendekatan analisis hukum yang berlandaskan pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta relevan dengan isu hukum yang diteliti. Adapun sumber bahan hukum yang digunakan bersifat otoritatif, antara lain Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 mengenai Waralaba.

# **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sistematika Bisnis UMKM Franchise (Waralaba) yang Berlaku di Indonesia**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kedudukan penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penggerak utama aktivitas bisnis masyarakat maupun sebagai sarana penciptaan lapangan kerja. Definisi UMKM dapat ditemukan dalam berbagai sumber, termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang menjelaskan kategori usaha berdasarkan subjek hukum, kekayaan bersih, serta hasil penjualan tahunan. Usaha mikro dipahami sebagai unit usaha produktif yang dimiliki individu atau badan usaha dengan aset dan penjualan dalam jumlah terbatas. Usaha kecil merupakan entitas ekonomi produktif yang independen, tidak berafiliasi langsung dengan usaha menengah maupun besar, serta memiliki kekayaan bersih dan omzet lebih tinggi dibandingkan usaha mikro. Sementara itu, usaha menengah diposisikan sebagai usaha produktif yang lebih mapan, memiliki aset maupun pendapatan tahunan lebih besar, tetapi tetap bukan bagian dari usaha besar. Penetapan batasan aset dan omzet dalam regulasi bertujuan memberikan kepastian hukum serta membedakan posisi masing-masing kategori usaha dalam kerangka pembangunan ekonomi nasional.

Keberadaan UMKM terbukti mampu berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Hampir setiap pemerintahan menempatkan pengembangan UMKM sebagai prioritas utama, mengingat perannya dalam penyediaan lapangan kerja yang relatif luas. Hal ini penting karena perusahaan besar cenderung lebih mengandalkan teknologi dibandingkan tenaga kerja manusia, sehingga peluang kerja lebih banyak tercipta di sektor UMKM. Selain itu, UMKM berperan strategis dalam mengurangi tingkat pengangguran serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, pemerintah terus menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM sebagai pilar ekonomi kerakyatan yang berdaya saing.

Franchise atau waralaba muncul sebagai salah satu bentuk kerja sama bisnis yang memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang lebih sistematis. Secara etimologis, franchise berasal dari istilah Prancis Kuno yang bermakna kebebasan atau pemberian keleluasaan kepada pihak tertentu. Menurut United Nations Centre on Transnational Corporation (UNCTC), franchise dipandang sebagai bentuk khusus dari perjanjian lisensi yang bersifat berkelanjutan. Dalam hubungan ini, franchisor memberikan hak khusus kepada franchisee untuk memanfaatkan merek dagang, sistem usaha, hingga layanan

teknis dan manajerial. Sebagai imbalannya, franchisee wajib memenuhi kewajiban tertentu, seperti pembayaran royalti atau syarat lain yang tertuang dalam kontrak.<sup>7</sup> Pemerintah Indonesia sering menekankan pentingnya pengembangan UMKM sebagai sektor strategis di masa depan, karena dianggap mampu memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi dan dunia bisnis. Melalui UMKM, masyarakat dapat menciptakan serta menyediakan lapangan pekerjaan secara mandiri di tengah sulitnya memperoleh pekerjaan formal, yang pada akhirnya berkontribusi dalam menekan angka pengangguran yang masih relatif tinggi. Dengan demikian, franchise membentuk hubungan kontraktual yang jelas antara pemberi dan penerima waralaba. Franchisor berperan menyediakan merek, sistem, pelatihan, serta dukungan operasional, sementara franchisee memperoleh hak untuk mengoperasikan usaha berdasarkan standar yang telah ditentukan. Pada praktiknya, tempat usaha dapat disediakan langsung oleh franchisor atau dipilih oleh franchisee sesuai kebutuhan. Pola kerja sama semacam ini menjadikan franchise sebagai instrumen strategis yang tidak hanya memfasilitasi ekspansi usaha, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian nasional melalui sistem yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Istilah franchise di Indonesia lebih populer dengan sebutan waralaba. Secara etimologis, kata waralaba berasal dari gabungan kata “wara” yang berarti lebih dan “laba” yang berarti keuntungan. Dengan demikian, waralaba dapat dimaknai sebagai suatu sistem usaha yang menjanjikan keuntungan lebih dibandingkan bentuk usaha lainnya. Hal ini selaras dengan konsep dasar waralaba yang menekankan pada pemberian hak khusus kepada pihak tertentu untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan sistem bisnis, merek dagang, maupun identitas usaha yang sudah terbukti berhasil.

Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, waralaba didefinisikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha terhadap suatu sistem bisnis yang memiliki ciri khas tertentu dalam memasarkan barang atau jasa, yang keberhasilannya telah teruji, dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain melalui perjanjian waralaba. Definisi ini menekankan dua aspek utama. Pertama, adanya hak eksklusif atas sistem bisnis yang menjadi ciri khas dari pemberi waralaba (franchisor). Kedua, hak tersebut dapat dialihkan atau digunakan oleh pihak

---

<sup>7</sup> Sarfiah, Sudati Nur and Atmaja, Hanung Eka and Verawati, Dian Marlina. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). 139

## **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

lain, yaitu penerima waralaba (*franchisee*), dengan dasar perjanjian yang sah secara hukum. Dengan demikian, franchise bukan sekadar bentuk kerja sama bisnis, melainkan hubungan kontraktual yang memiliki perlindungan hukum.

Henry Campbell Black, sebagaimana dikutip oleh Juajir Sumardi, mengemukakan beberapa pengertian mengenai franchise. Pertama, franchise dipahami sebagai hak istimewa yang diberikan oleh pemerintah kepada individu atau badan usaha tertentu untuk menjalankan aktivitas yang tidak menjadi hak umum masyarakat. Contoh konkret dari konsep ini adalah pemberian hak penyelenggaraan layanan televisi kabel, di mana hak tersebut tidak dimiliki oleh setiap warga negara, melainkan hanya pihak tertentu yang memperoleh izin khusus. Kedua, franchise dapat diartikan sebagai hak atau keistimewaan yang diberikan maupun dijual, misalnya dalam bentuk penggunaan nama dagang atau hak untuk menjual produk dan jasa. Dalam pengertian ini, franchise menekankan pada aspek komersialisasi merek dan distribusi produk. Pemberi waralaba sebagai pemilik produk atau sistem usaha memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menggunakan identitas dagang dan mendistribusikan produk sesuai dengan syarat yang telah ditentukan dalam kontrak. Ketiga, franchise juga dipahami sebagai bentuk lisensi yang diberikan oleh pemilik merek dagang atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual barang maupun jasa dengan memanfaatkan merek tersebut. Pemaknaan ini mempertegas bahwa franchise memiliki keterkaitan erat dengan perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang. Hak penggunaan merek bukan hanya sekedar izin bisnis, melainkan juga bagian dari hubungan hukum yang dilindungi oleh undang-undang:<sup>8</sup>

Franchise merupakan kontrak antara franchisor dan franchisee, di mana franchisor memberi lisensi penggunaan merek dalam jangka waktu tertentu dengan kewajiban membayar royalti. Menurut UU No. 15 Tahun 2001, lisensi adalah izin pemilik merek terdaftar kepada pihak lain untuk menggunakan merek dalam batas waktu dan syarat tertentu. Ciri utama franchise meliputi adanya paket usaha dari franchisor, pengelolaan outlet oleh franchisee, serta kontrak tertulis. Franchisee wajib membayar royalti,

---

<sup>8</sup> Sumardi, Juajir, (1995), *Aspek-aspek hukum perusahaan tradisional dan Franchise*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 13.

menyesuaikan desain usaha, dan tunduk pada pengawasan franchisor guna menjaga mutu dan reputasi merek.<sup>9</sup>

Dari berbagai pengertian di atas, dapat dipahami bahwa franchise merupakan suatu perjanjian bisnis yang menekankan pada pemberian hak eksklusif atas penggunaan sistem usaha, nama dagang, maupun merek yang dimiliki oleh franchisor kepada franchisee. Hubungan ini bersifat timbal balik, di mana franchisor berkewajiban memberikan dukungan berupa sistem operasional, pelatihan, maupun fasilitas pemasaran, sedangkan franchisee wajib mematuhi standar dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam kontrak. Dengan demikian, definisi franchise tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga aspek hukum. Franchise menjadi salah satu instrumen bisnis modern yang menghubungkan kepentingan perlindungan hak kekayaan intelektual dengan praktik distribusi barang dan jasa. Dalam konteks Indonesia, pengaturan melalui PP Nomor 42 Tahun 2007 memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat, sekaligus mendorong perkembangan waralaba sebagai salah satu pilar penting dalam pertumbuhan usaha, khususnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Subjek dan objek hukum dalam sistem bisnis franchise atau waralaba merupakan bagian penting yang membentuk suatu perikatan franchise. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, subjek hukum franchise terdiri atas dua pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Franchisor adalah individu atau badan usaha yang memberikan lisensi berupa paten, merek dagang atau merek jasa, ciri khas usaha, maupun unsur pendukung lainnya kepada franchisee. Sementara itu, *franchisee* merupakan individu atau badan usaha yang menerima lisensi dari *franchisor* untuk memanfaatkan merek dagang atau jasa serta ciri khas usaha *franchisor* dengan kewajiban tetap tunduk pada ketentuan dan tata cara yang ditetapkan *franchisor*.

Objek dalam perikatan franchise berupa lisensi, yaitu izin yang diberikan franchisor kepada franchisee untuk mendistribusikan barang atau jasa ke berbagai wilayah. Menurut Dieter Plaff, lisensi memiliki dua dimensi, yakni lisensi dengan tujuan ekonomis dan lisensi dalam arti yuridis. Lisensi dengan tujuan ekonomis merupakan

---

<sup>9</sup> Made Martarina Kusumayanti, dkk. "Implementasi Perlindungan Hukum bagi Franchisor dalam Perjanjian Waralaba (Pada Edam Burger di Denpasar)", Artikel, Fakultas Hukum Universitas Udayana, hlm. 5-6.

## **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

bentuk lisensi yang digunakan untuk mencapai target penjualan tertentu yang bersifat komersial, sedangkan lisensi secara yuridis merupakan instrumen hukum yang berfungsi untuk mewujudkan tujuan ekonomis tersebut. Berdasarkan klasifikasi tersebut, lisensi dapat dibedakan ke dalam beberapa bentuk, antara lain license exchange contract dan license return contract. License exchange contract merupakan perjanjian antara pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama atau memiliki keterkaitan erat, namun terhambat oleh masalah teknis sehingga berpotensi melanggar hak kekayaan industri pihak lain. Untuk itu, para pihak sepakat untuk meniadakan hak masing-masing dalam melakukan penuntutan atas pelanggaran yang terjadi. Sementara itu, license return contract dipahami sebagai bentuk lisensi yang murni, di mana terdapat hubungan hukum antara franchisor dan franchisee yang bersifat saling menguntungkan, tanpa adanya unsur penipuan maupun tindakan yang bertentangan dengan hukum.

Franchise sebagai bentuk perjanjian memiliki dimensi hukum yang jelas, baik dari sisi subjek maupun objek perjanjian. Subjek dalam hubungan waralaba terdiri atas pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Hal ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, di mana franchisor didefinisikan sebagai individu atau badan usaha yang memberikan hak penggunaan dan/atau pemanfaatan sistem waralaba miliknya kepada franchisee. Sebaliknya, franchisee adalah individu atau badan usaha yang memperoleh hak tersebut dari franchisor untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan sistem waralaba yang ada. Objek hukum dari perjanjian franchise juga telah diatur secara rinci dalam Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007, yang mencakup berbagai klausul penting, mulai dari identitas para pihak, jenis hak kekayaan intelektual, hak dan kewajiban masing-masing pihak, dukungan teknis, wilayah usaha, jangka waktu, hingga mekanisme penyelesaian sengketa dan pengakhiran perjanjian. Dengan demikian, struktur kontrak franchise memberikan dasar hukum yang kuat dalam mengatur hubungan bisnis yang terjadi.

Dalam perspektif teori, Stephen Fox membagi franchise menjadi dua kategori utama. Pertama, franchise produk, yang berfokus pada pemasaran produk atau penggunaan nama dagang dari franchisor. Pada model ini, franchisor umumnya berperan sebagai produsen yang memperoleh keuntungan dari pembagian hasil penjualan produk, sebagaimana lazim ditemukan dalam industri otomotif atau minuman ringan. Kedua, franchise format bisnis, yang lebih menekankan pada penggunaan sistem bisnis secara

keseluruhan. Franchisee dalam model ini tidak hanya menjual produk atau jasa, tetapi juga menjalankan usahanya sesuai dengan sistem, standar operasional, dan strategi pemasaran yang dirancang franchisor. Keuntungan utama franchisor biasanya berasal dari pembayaran royalti, meskipun dalam praktiknya mereka tetap dapat memproduksi sebagian komponen produk guna menjaga konsistensi mutu. Di Indonesia, jenis franchise format bisnis menjadi lebih populer karena dianggap lebih menguntungkan serta memberikan peluang usaha yang stabil bagi penerimanya.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Juajir Sumardi menekankan bahwa franchise format bisnis memberikan kewenangan kepada franchisee untuk mengelola usaha dalam wilayah tertentu dengan tetap mengikuti sistem dan standar yang telah ditetapkan franchisor. Selain kedua model franchise tersebut, di Indonesia juga berkembang bentuk baru yang dikenal sebagai group trading franchise, yaitu jenis franchise yang memungkinkan penerima waralaba untuk menjalankan usaha grosir maupun eceran. Contohnya dapat dilihat pada jaringan minimarket Indomaret dan Alfamart, yang telah berkembang pesat dengan ribuan gerai di berbagai wilayah Indonesia. Perkembangan jenis franchise ini menunjukkan tingginya minat masyarakat serta kontribusinya dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan demikian, franchise bukan hanya instrumen ekspansi bisnis, tetapi juga berperan strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional melalui penciptaan peluang usaha dan peningkatan daya saing. Pada hakikatnya, franchise merupakan suatu bentuk perjanjian yang memberikan hak dan kewenangan khusus kepada franchisee, yang diwujudkan dalam bentuk hak untuk menjual produk berupa barang maupun jasa dengan menggunakan nama dagang atau merek tertentu, serta hak untuk menjalankan kegiatan usaha berdasarkan format bisnis yang telah ditetapkan oleh franchisor.<sup>10</sup> hak dan kewajiban antara kedua belah pihak, yakni franchisor dan franchisee, dapat dijelaskan sebagai berikut.<sup>11</sup>

### 1. Hak dan Kewajiban Franchisor

Franchisor berkewajiban menyerahkan lisensi kepada franchisee, sementara hak yang dimilikinya meliputi:

---

<sup>10</sup> Widjaja, Gunawan, (2003), Waralaba, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 47

<sup>11</sup> Nila Trisna, “Tinjauan Yuridis Terhadap Kedudukan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise (Waralaba)”, Jurnal Ius Civile, hlm. 18

## **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

- a. Logo merek dagang (trade-mark), nama dagang (trade name), serta reputasi atau nama baik (goodwill);
  - b. Format atau pola usaha yang telah dirancang;
  - c. Dalam kondisi tertentu, mencakup rumus, resep, desain, maupun program khusus; dan
  - d. Hak cipta atas elemen-elemen tersebut yang dituangkan secara tertulis serta dilindungi oleh peraturan perundang-undangan di bidang hak cipta.
2. Hak dan Kewajiban Franchisee

Franchisee memiliki hak untuk menerima lisensi, sementara kewajibannya mencakup pembayaran royalti yang ditentukan oleh franchisor, serta menjaga mutu produk atau jasa yang diwaralabakan agar tetap sesuai standar.

Sebagai suatu perjanjian, franchise tunduk pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat sahnya perjanjian, yaitu:

- a. Adanya kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri (toestemming);
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan (bekwaamheid);
- c. Suatu objek tertentu (een bepaald onderwerp); dan
- d. Suatu sebab yang diperbolehkan (geoorloofde oorzaak).

Syarat keabsahan perjanjian waralaba diatur secara spesifik dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, yang menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan melalui perjanjian tertulis antara pemberi dan penerima waralaba dengan tetap memperhatikan hukum Indonesia. Apabila perjanjian tersebut dibuat dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut wajib diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Dengan demikian, suatu perjanjian waralaba yang tidak ditulis dalam bahasa Indonesia harus terlebih dahulu dialihbahasakan agar memenuhi syarat keabsahan hukum.

### **Proses Penyelesaian Sengketa Terhadap Hak Merek Franchise UMKM di Indonesia**

Perjanjian waralaba pada hakikatnya memuat berbagai persyaratan, ketentuan, serta komitmen yang wajib dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Di dalamnya tercantum secara jelas hak dan kewajiban masing-masing pihak yang terikat. Secara hukum, waralaba merupakan bentuk perjanjian dalam dunia bisnis yang tunduk serta berpegang pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Umumnya, terdapat dua aspek utama yang sering menimbulkan sengketa, yaitu pengawasan mutu dan pemutusan

perjanjian waralaba. Franchisor pada praktiknya kerap mewajibkan franchisee untuk membeli produk dan persediaan hanya dari pihak franchisor dengan harga yang telah ditentukan. Tindakan ini dapat dipandang sebagai bentuk pemaksaan, sebab membatasi kebebasan franchisee dalam memilih pemasok, sehingga berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pemutusan kontrak waralaba juga harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian, karena dapat menimbulkan persoalan hukum apabila tidak diselesaikan secara bijak. Dalam kontrak waralaba umumnya dicantumkan jangka waktu perjanjian, misalnya tiga tahun, dengan kemungkinan perpanjangan setelah masa kontrak berakhir. Selain itu, kontrak sering kali memuat klausul non-kompetisi yang mengikat franchisee untuk tidak membuka usaha sejenis dalam jangka waktu tertentu setelah kontrak berakhir. Ketentuan mengenai kegagalan usaha, seperti kebangkrutan, juga dapat menjadi dasar pemutusan perjanjian waralaba. Oleh karena itu, penyelesaian sengketa dalam perjanjian waralaba perlu dirumuskan secara komprehensif. Sengketa pada dasarnya merupakan kelanjutan dari konflik, di mana suatu konflik akan berkembang menjadi sengketa apabila tidak dapat diselesaikan secara damai.

Dalam perspektif hukum, aturan yang dituangkan dalam kontrak merupakan das sollen atau norma yang wajib dipatuhi para pihak. Apabila seluruh ketentuan dilaksanakan dengan benar, maka pelaksanaan perjanjian waralaba tidak akan menimbulkan permasalahan. Namun, penyimpangan dari das sollen atau kondisi das sein dapat menimbulkan wanprestasi, yaitu pelanggaran atau kelalaian terhadap kewajiban yang telah disepakati. Wanprestasi berpotensi menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, dan dalam hal demikian, pihak yang dirugikan memiliki hak untuk memperoleh perlindungan hukum serta menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian tersebut.

Seiring dengan kemajuan zaman, khususnya dalam sektor bisnis yang berkembang secara pesat, diperlukan pranata hukum yang mampu mendukung dan menyesuaikan diri dengan dinamika tersebut. Mekanisme penyelesaian sengketa dalam bidang bisnis dapat ditempuh melalui dua jalur, yaitu jalur litigasi maupun jalur non-litigasi.

# **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

## **1. Upaya Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan (Non Litigasi)**

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau jalur non-litigasi pada umumnya didasarkan pada klausul yang termuat dalam perjanjian waralaba antara para pihak. Ketentuan tersebut lazimnya dicantumkan dalam salah satu pasal terakhir perjanjian dan dilaksanakan melalui mekanisme musyawarah atau perundingan. Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) atau Alternative Dispute Resolution (ADR) memperoleh dasar hukum yang kuat sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Bentuk APS yang sering diterapkan meliputi negosiasi, mediasi, konsiliasi, arbitrase, serta pendapat mengikat. Secara umum, arbitrase dipandang lebih menguntungkan dibandingkan penyelesaian melalui peradilan, karena menurut Agnes M. Toar, mekanisme ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain lebih efisien dari segi waktu sebab prosesnya dapat dikendalikan oleh para pihak, serta mampu menjaga kerahasiaan yang sangat dibutuhkan dalam penyelesaian sengketa.<sup>12</sup>

Penyelesaian sengketa di luar jalur pengadilan atau non-litigasi umumnya berlandaskan pada klausul yang tercantum dalam perjanjian waralaba antara para pihak. Ketentuan tersebut biasanya dimuat dalam pasal penutup perjanjian dan dilaksanakan melalui mekanisme musyawarah atau perundingan. Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) atau Alternative Dispute Resolution (ADR) memperoleh legitimasi hukum yang kuat sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Bentuk APS yang kerap digunakan meliputi negosiasi, mediasi, konsiliasi, arbitrase, dan pendapat mengikat. Secara umum, arbitrase dianggap lebih menguntungkan dibandingkan proses litigasi di pengadilan. Menurut Agnes M. Toar, arbitrase memiliki sejumlah kelebihan, antara lain efisiensi waktu karena prosesnya dapat dikendalikan oleh para pihak, serta adanya jaminan kerahasiaan yang sangat penting dalam penyelesaian suatu sengketa. Saat ini, terdapat beberapa bentuk APS di Indonesia sebagai berikut ini:

- a. Negosiasi

---

<sup>12</sup> Marten Bunga, "Mekanisme Penyelesaian Sengketa Melalui Gugatan Sederhana," *Gorontalo Law Review* 5, no. 1 (2022): 41–51.

Pasal 6 ayat (2) Undang-Undang tentang Alternatif Penyelesaian Sengketa mengatur bahwa penyelesaian sengketa melalui mekanisme APS harus dilaksanakan melalui pertemuan langsung antara pihak-pihak yang terlibat, dengan batas waktu maksimal 14 hari. Hasil dari pertemuan tersebut kemudian dituangkan dalam kesepakatan tertulis yang memiliki kekuatan hukum mengikat. Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat dipahami bahwa negosiasi merupakan metode penyelesaian sengketa di luar peradilan formal, di mana para pihak berinteraksi secara langsung tanpa campur tangan pihak ketiga, serta berorientasi pada pencapaian kesepakatan bersama yang adil dan dapat diterima oleh kedua belah pihak.<sup>13</sup>

b. Mediasi

Mediasi adalah salah satu bentuk mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memberikan kedudukan setara bagi para pihak, sehingga tidak ada pihak yang ditempatkan sebagai pemenang maupun pihak yang kalah. Ketentuan mengenai mediasi tercantum dalam Pasal 6 ayat (3), ayat (4), dan ayat (5) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. Proses ini menjadi alternatif apabila negosiasi tidak berhasil mencapai kesepakatan. Mediasi melibatkan pihak ketiga yang netral, yaitu mediator, yang berfungsi sebagai fasilitator.<sup>14</sup> Mediator tidak memiliki kewenangan memutuskan hasil akhir, melainkan hanya membantu merumuskan solusi secara sukarela, kooperatif, berorientasi ke depan, dan berdasarkan kepentingan para pihak.<sup>15</sup>

c. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan bentuk penyelesaian sengketa di luar peradilan yang dilaksanakan melalui musyawarah atau pemufakatan para pihak, dengan melibatkan konsiliator yang bersifat netral dan tidak memihak. Tujuan utama konsiliasi adalah membantu para pihak mencapai penyelesaian secara damai dan

---

<sup>13</sup> Tanty SriAulia Munthe and Ismed Batu Bara, “Tinjauan Yuridis Penyelesaian Sengketa Perjanjian Waralaba (Franchise),” *Rechtsnormen Jurnal Komunikasi Dan Informasi Hukum* 1, no. 1 (2022): 1–7, <https://doi.org/10.56211/rechtsnormen.v1i1.100>.

<sup>14</sup> M.R.A Saputro and E.J Subadi, “Penyelesaian Wanprestasi Perjanjian Franchise (Studi Kasus Franchise Tentang Kita Cokelat Di Lombok),” *Jurnal Private Law Fakultas Universitas Mataram* 3, no. 1 (2023), <http://journal.unram.ac.id/index.php/privatelaw/index>.

<sup>15</sup> Salsa Refalia and Urbanisasi, “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Terhadap Perjanjian Waralaba Oleh Franchise Kepada Franchisor Pada Putusan Nomor 612/Pdt.g/2017/Jkt. Se,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 22 (2023): 842.

## **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

menguntungkan kedua belah pihak. Berbeda dengan mediasi, peran konsiliator lebih aktif karena selain memfasilitasi dialog, ia juga dapat memberikan pendapat serta menyusun syarat kesepakatan. Namun, konsiliator tetap tidak memiliki kewenangan untuk menjatuhkan keputusan yang mengikat. Dengan demikian, konsiliasi dapat dipahami sebagai proses penyelesaian sengketa yang kooperatif dengan peran konsiliator sebagai pengarah solusi.

d. Arbitrase

Arbitrase, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999, adalah metode penyelesaian sengketa perdata di luar peradilan umum berdasarkan perjanjian tertulis antar pihak. Hakikat arbitrase adalah menghindari proses litigasi publik dengan menekankan prinsip kebebasan, kerahasiaan, serta otonomi para pihak. Dalam praktiknya, para pihak bebas memilih arbiter yang dianggap netral dan ahli. Arbiter atau majelis arbiter kemudian memberikan putusan yang bersifat final guna mencapai penyelesaian yang adil. Arbitrase hanya berlaku untuk sengketa bidang perdagangan, mencakup keuangan, perbankan, investasi, industri, dan hak kekayaan intelektual, sebagaimana diatur Pasal 5 dan Pasal 66 UU AAPS.

Terdapat sejumlah institusi resmi yang memiliki kewenangan dalam menyelesaikan sengketa melalui jalur arbitrase, di antaranya yaitu: (1) Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI), (2) Badan Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS), (3) Badan Arbitrase dan Mediasi Hak Kekayaan Intelektual (BAM HKI), (4) Badan Arbitrase Pasar Modal Indonesia (BAPMI), (5) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta (6) Badan Arbitrase Perdagangan Berjangka Komoditi (BAKTI). Meskipun demikian, tidak semua jenis sengketa dapat diselesaikan melalui arbitrase. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang AAPS yang menyebutkan bahwa arbitrase hanya dapat diterapkan pada perselisihan di bidang perdagangan dan menyangkut hak-hak yang sepenuhnya berada dalam penguasaan para pihak sesuai hukum dan peraturan perundang-undangan. Walaupun ketentuan tersebut tidak menjelaskan secara spesifik batasan istilah “bidang perdagangan,” Pasal 66 Undang-Undang AAPS memberikan penjelasan mengenai ruang lingkupnya yang meliputi sektor keuangan, perbankan, perniagaan, penanaman modal, industri, serta hak kekayaan

intelektual. Dengan demikian, apabila Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 66 dibaca secara bersamaan, maka dapat disimpulkan bahwa objek sengketa yang dapat diselesaikan melalui mekanisme arbitrase memiliki cakupan yang luas sepanjang berada dalam ranah hukum perdagangan.

## **2. Upaya Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan (Litigasi)**

Penyelesaian sengketa dalam bidang bisnis dapat ditempuh melalui jalur litigasi dengan cara mengajukan gugatan perdata pada pengadilan yang memiliki kewenangan. Apabila perselisihan tersebut berkaitan dengan perjanjian waralaba, maka gugatan diajukan ke Pengadilan Negeri. Umumnya, perjanjian waralaba disusun dalam bentuk baku yang di dalamnya juga memuat klausul mengenai mekanisme penyelesaian sengketa serta penentuan forum pengadilan. Mengingat gugatan diajukan ke Pengadilan Negeri, maka prosedur yang digunakan dalam pengajuan gugatan tunduk pada hukum acara yang berlaku di lingkungan peradilan umum.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem bisnis UMKM dalam bentuk franchise atau waralaba di Indonesia memiliki landasan hukum yang kuat melalui berbagai peraturan, antara lain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, serta Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 mengenai Waralaba. Franchise sebagai suatu bentuk perjanjian lisensi menimbulkan hubungan kontraktual antara franchisor dan franchisee, di mana masing-masing pihak memiliki hak serta kewajiban yang wajib dipenuhi. Keberadaan sistem waralaba memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang lebih terarah dengan dukungan merek dagang, sistem usaha, serta bantuan teknis dari franchisor. Dengan demikian, waralaba bukan hanya berfungsi sebagai sarana perluasan usaha, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia.

Adanya potensi perselisihan dalam perjanjian franchise tidak dapat dihindari, khususnya yang menyangkut pengendalian kualitas, pemutusan kontrak, serta klausul yang membatasi kebebasan franchisee. Oleh karena itu, penyelesaian sengketa memegang peran penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum para pihak.

# **PENGUASAAN HAK MILIK ATAS TANAH OLEH WARGA NEGARA ASING MELALUI *NOMINEE* BERDASARKAN KUHPERDATA DAN UUPA**

Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS), seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, menjadi pilihan yang lebih efisien dan bersifat rahasia dibandingkan jalur litigasi. Kendati demikian, penyelesaian melalui pengadilan tetap terbuka sebagai opsi apabila upaya non-litigasi tidak mencapai hasil. Dengan dukungan kerangka hukum yang ada, diharapkan penyelesaian sengketa franchise dapat dilakukan secara adil dan proporsional, sehingga keberlanjutan bisnis UMKM waralaba tetap terjaga serta memberi kontribusi nyata bagi perekonomian nasional.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Benuf, Kornelius, Muhamad Azhar. “Metode Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer”. *Gema Keadilan E-Jurnal Fakultas Hukum Universitas Diponegoro* 7, No.1 (2020): 24
- Bunga, Marten. “Mekanisme Penyelesaian Sengketa Melalui Gugatan Sederhana.” *Gorontalo Law Review* 5, no. 1 (2022): 41–51.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual) di Indonesia*. Malang. 2013.
- Lailan Sururi, Dahlan Ali, and Teuku Muttaqin Mansur, “Penyelesaian Sengketa Melalui Peradilan Gampong,” *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 21, no. 1 (2019): 61–76, <https://doi.org/10.24815/kanun.v21i1.11407>.
- M.R.A Saputro and E.J Subadi, “Penyelesaian Wanprestasi Perjanjian Franchise (Studi Kasus Franchise Tentang Kita Cokelat Di Lombok),” *Jurnal Private Law Fakultas Universitas Mataram* 3, no. 1 (2023), <http://journal.unram.ac.id/index.php/privatelaw/index>.
- Made Martarina Kusumayanti, dkk. “Implementasi Perlindungan Hukum bagi Franchisor dalam Perjanjian Waralaba (Pada Edam Burger di Denpasar)”, Artikel, Fakultas Hukum Universitas Udayana.
- Marten Bunga, “Mekanisme Penyelesaian Sengketa Melalui Gugatan Sederhana,” *Gorontalo Law Review* 5, no. 1 (2022): 41–51.
- Mujiyono dkk. *Panduan Permohonan Hak Kekayaan Intelektual; Hak Cipta*, Sentra HKI LPPM Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Munthe, Tanty SriAulia, and Ismed Batu Bara. “Tinjauan Yuridis Penyelesaian Sengketa Perjanjian Waralaba (Franchise).” *Rechtsnormen Jurnal Komunikasi Dan*

*Informasi Hukum* 1, no. 1 (2022): 1–7.

<https://doi.org/10.56211/rechtsnormen.v1i1.100>.

Nila Trisna, “Tinjauan Yuridis Terhadap Kedudukan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise (Waralaba)”, *Jurnal Ius Civile*.

Refalia, Salsa, and Urbanisasi. “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Terhadap Perjanjian Waralaba Oleh Franchise Kepada Franchisor Pada Putusan Nomor 612/Pdt.g/2017/Jkt. Se.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 22 (2023): 842.

Salim HS. Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).

Salsa Refalia and Urbanisasi, “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Terhadap Perjanjian Waralaba Oleh Franchise Kepada Franchisor Pada Putusan Nomor 612/Pdt.g/2017/Jkt. Se,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 22 (2023): 842.

Saputro, M.R.A, and E.J Subadi. “Penyelesaian Wanprestasi Perjanjian Franchise (Studi Kasus Franchise Tentang Kita Cokelat Di Lombok).” *Jurnal Private Law Fakultas Universitas Mataram* 3, no. 1 (2023).  
<http://journal.unram.ac.id/index.php/privatelaw/index>.

Sarfiah, Sudati Nur and Atmaja, Hanung Eka and Verawati, Dian Marlina. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP* (Riset Ekonomi Pembangunan). 139

Sumardi, Juajir, (1995), *Aspek-aspek hukum perusahaan tradisional dan Franchise*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Sururi, Lailan, Dahlan Ali, and Teuku Muttaqin Mansur. “Penyelesaian Sengketa Melalui Peradilan Gampong.” *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 21, no. 1 (2019): 61–76.  
<https://doi.org/10.24815/kanun.v21i1.11407>.

Tanty SriAulia Munthe and Ismed Batu Bara, “Tinjauan Yuridis Penyelesaian Sengketa Perjanjian Waralaba (Franchise),” *Rechtsnormen Jurnal Komunikasi Dan Informasi Hukum* 1, no. 1 (2022): 1–7,  
<https://doi.org/10.56211/rechtsnormen.v1i1.100>.

Walid Darmawan, (2010), “Analisis Sistem Penetapan Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Franchise BRC”, *Jurnal Al-Iqtishad: Volume II*, Nomor 1, Januari 2010, hlm. 38. (GATAU BLM FIX)

Widjaja, Gunawan, (2003), Waralaba, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.