

KARAKTERISTIK YURIDIS PERJANJIAN WARALABA

Oleh:

Selamat Widodo

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto
E-mail: swidodo.sh@gmail.com

Abstrak

Waralaba didasarkan pada suatu perjanjian yang disebut perjanjian waralaba. Bentuk perjanjian waralaba ini melibatkan minimal dua pihak yaitu Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik sehingga harus ada keseimbangan hak dan kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Waralaba yang baru dikenal di akhir tahun 1990 di Indonesia sehingga harus dipahami dengan jelas karakteristik yuridis perjanjiannya untuk memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Kata kunci: Waralaba, karakteristik yuridis, perjanjian.

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dewasa ini, pertumbuhan ekonomi terasa semakin meningkat dan kompleks, termasuk pula didalamnya mengenai bentuk kerjasama bisnis. Bentuk kerjasama bisnis ini ditandai dengan semakin meningkatnya usaha-usaha baru di Indonesia sebagai dampak era globalisasi tersebut. Dalam bidang perdagangan dan jasa, salah satu usaha yang berkembang saat ini adalah usaha waralaba.

Waralaba adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional.¹

Bisnis waralaba memang berkembang cukup pesat di Indonesia. Industri waralaba di Indonesia secara signifikan telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Didominasi oleh perusahaan kecil dan menengah, pada tahun 2009, omset tahunan bahasa Indonesia waralaba mencapai US \$ 9,5 miliar dan jumlah

¹ Rooseno Hardjowidigdo, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi 14-16 Des 1993, BPHN, Jakarta, hlm. 5.

ini terus meningkat hingga saat ini. Penelitian terbaru telah diperkirakan omset tahunan melebihi US \$ 10 miliar pada akhir 2010. Penelitian ini juga mencatat dominasi waralaba dalam negeri atas distribusi waralaba asing.²

Data lain menyebutkan bahwa pertumbuhan waralaba di Indonesia lima tahun terakhir, yaitu tahun 2005 *franchise* asing sebanyak 237 dan lokal 129, tahun 2006 asing 220 dan lokal 230, tahun 2007 asing 250 dan lokal 450, tahun 2008 asing 255 dan lokal 600, dan terakhir tahun 2009 asing 260 dan lokal 750.³

Franchise berarti kebebasan yang diperoleh seseorang untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu. Sedangkan pewaralaba (*franchising*) adalah suatu aktivitas dengan sistem waralaba (*franchise*), yaitu suatu sistem keterkaitan usaha yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).⁴

Waralaba didasarkan pada suatu perjanjian yang disebut perjanjian waralaba. Bentuk perjanjian waralaba ini paling tidak melibatkan dua pihak. Pihak pertama disebut Pemberi Waralaba yaitu sebagai pemilik produk, jasa, atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu yang biasanya telah dipatenkan. Pihak kedua, Penerima Waralaba sebagai perorangan dan/atau pengusaha yang menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, logo, desain, merek milik Pemberi Waralaba dengan memberi royalti kepada Pemberi Waralaba.

Hubungan hukum antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba juga diatur dalam kontrak yang berwujud ke dalam hak dan kewajiban para pihak. Hal ini berarti, adanya keterkaitan antara para pihak untuk mematuhi isi dari perjanjian yang apabila dilanggar dapat menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kesepakatan dalam perjanjian waralaba.

Hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, Penerima Waralaba memberi bantuan kepada Pemberi Waralaba dan di sisi lain Penerima Waralaba memberi keuntungan/royalti kepada Pemberi Waralaba sehingga keduanya saling bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat melalui tata cara yang telah ditentukan oleh Pemberi Waralaba. Dengan bantuan

² Sigit Ardianto dan Ibrahim Senen, 2007, *Waralaba Internasional*, Edisi Khusus Cly, DNC Law Firm, Jakarta.

³ Agus Nuramin, 2010, *Pengantar Bisnis Part. 3 (Franchising/Waralaba)*, www.agusnuramin'sblog.blogspot.com.

⁴ *Ibid.*

modal dari Penerima Waralaba yang juga ikut menanggung resiko, dan mempunyai dedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan ringan.⁵ Jadi, keseimbangan hak dan kewajiban antara pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba harus diwujudkan di dalam perjanjian waralaba guna memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis di mana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise agreement*).⁶ Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan dikaji adalah bagaimana karakteristik yuridis dari perjanjian waralaba?

B. KARAKTERSTIK YURIDIS WARALABA

Istilah waralaba berasal dari bahasa asing yaitu Inggris: *Franchising*; Prancis: *Franchise*, untuk kejujuran atau kebebasan adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.⁷

Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud dengan Waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur

⁵ Joseph Mancuso & Donald Boroian, 1995, *Pedoman Membeli & Mengelola Franchise*, PT. Delapratasa, Jakarta, hlm.17.

⁶ <http://www.smfranchise.com-/franchise/istilahwaralaba.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

⁷ Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.⁸

Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya tersebut gagal, namun dialah yang pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba ini di AS. Kemudian, caranya ini diikuti oleh pewaralaba lain yang lebih sukses, John S Pemberton, pendiri Coca Cola.⁹ Namun, menurut sumber lain, yang mengikuti Singer kemudian bukanlah Coca Cola, melainkan sebuah industri otomotif AS, General Motors Industry ditahun 1898.¹⁰ Contoh lain di AS ialah sebuah sistem telegraf, yang telah dioperasikan oleh berbagai perusahaan jalan kereta api, tetapi dikendalikan oleh Western Union¹¹ serta persetujuan eksklusif antar pabrikan mobil dengan penjual.¹²

Di Indonesia, sistem waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu *franchisee* tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya.¹³

Waralaba semakin berkembang pada tahun 1980-an ketika masuknya waralaba asing ke Indonesia, seperti *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *Mc Donald's*, *Burger King* dan *Wendy's*. Waralaba lokal pun mulai berkembang pada masa itu dan tumbuh hingga kini mengalami kejayaan yang berawal dari sebuah pemikiran bahwa bisnis waralaba terbukti sukses memacu perekonomian di berbagai negara maju seperti Amerika, Inggris dan Perancis. Tidak hanya itu, bisnis waralaba juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang cukup banyak bagi tenaga kerja.

Pada saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1997, bisnis waralaba mengalami kemerosotan dikarenakan terpuruknya nilai rupiah sehingga banyak

⁸ *Ibid.*

⁹ <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/For-Gol/Franchising.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

¹⁰ http://paroki-teresa.tripod.com/Tonikum_WARALABA1.html, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

¹¹ http://invention.smithsonian.org/resources/fa_wu_index.aspx#series2, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

¹² http://findarticles.com/p/articles/mi_m0FJN/is_n8_v30/ai_18728418, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

¹³ <http://www.smfranchise.com/franchise/artiwaralaba.html>, diunduh tanggal 5 Agustus 2011.

waralaba asing yang terpaksa menutup usahanya. Setelah krisis moneter mulai mereda, bisnis waralaba mulai tumbuh kembali dan pada saat itu bisnis waralaba lokal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Waralaba dapat berkembang dengan pesat karena metode pemasaran dan juga merupakan sarana pengembangan usaha ini digunakan oleh pelbagai jenis bidang usaha, mulai restoran, bisnis retail, salon rambut, photo, hotel, *dealer* mobil, dan sebagainya.¹⁴ Salah satu contoh usaha waralaba yang berkembang di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC) yang berada di berbagai tempat, dan contoh usaha waralaba lokal yang sedang berkembang di Indonesia adalah Indomaret yang dapat dilihat dengan menyebarnya *outlet-outletnya* di berbagai tempat.

Bisnis waralaba telah berkembang pesat di Indonesia, walaupun demikian sebelum tahun 1997 belum ada dasar hukum yang khusus mengatur mengenai waralaba. Sebelum adanya peraturan tersebut perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak merupakan perjanjian tidak bernama sehingga perjanjian tersebut dilakukan berdasarkan kesepakatan tertulis saja yang mengacu pada asas kebebasan berkontrak yang tertuang dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang menyatakan bahwa "semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang dinyatakan oleh undang-undang. Persetujuan tersebut haruslah dilaksanakan dengan itikad baik. Dengan demikian, perjanjian waralaba yang tidak diatur secara khusus dalam KUH Perdata ini dapat berkembang dalam kegiatan perdagangan, karena sistem yang dianut dalam KUH Perdata adalah sistem terbuka dan mengandung suatu asas kebebasan berkontrak.

Pasal 1313 KUH Perdata menyatakan suatu perjanjian adalah "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pengertian tersebut mirip dengan apa yang dikemukakan oleh R. Subekti, yaitu "suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal".¹⁵

¹⁴ Peni Rinda Listyawati, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innomenaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No. 2 Tahun 2006, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, hlm. 186.

¹⁵ R. Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, hlm. 1.

Menurut Abdulkadir Muhammad, Perjanjian adalah “suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan”.¹⁶

Di dalam Pasal 1319 KUH Perdata menyatakan “semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat di dalam bab ini dan bab yang lalu”.

Suatu perjanjian yang mempunyai nama khusus atau yang sering disebut dengan perjanjian bernama (*nominaat*) maksudnya adalah suatu perjanjian yang dikenal dalam KUH Perdata seperti jual beli, sewa menyewa, pinjam pakai, tukar menukar. Sementara perjanjian yang berada di luar KUH Perdata yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat seperti waralaba, *leasing*, *joint venture*, kontrak karya biasanya disebut dengan perjanjian tidak bernama (*innominat*).

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai “hak istimewa (*privilege*) yang terjalinkan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran.”¹⁷ Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah “pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (Pemberi Waralaba) memberi hak pada pihak independen atau Penerima Waralaba untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.”¹⁸

Dari pengertian tersebut, maka terlihat bahwa perjanjian waralaba termasuk dalam perjanjian yang berada di luar KUH Perdata atau yang sering disebut dengan perjanjian *innominat*.

Secara yuridis, usaha waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang telah dicabut dan digantikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang telah diganti

¹⁶ Abdulkadir Muhammad, 1990, *Hukum Perikatan*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 78.

¹⁷ Heri Lumoindong, *Waralaba dan Perkembangannya*, http://www.paroki-teresa.tripod.com/Tonikum_WARALABA, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

¹⁸ <http://www.galeriukm.web.id/peluang-usaha>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

dengan keluarnya Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba pada tanggal 21 Agustus 2008.

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah tersebut diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Menurut Adrian Sutendi, adanya peraturan tersebut memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba.¹⁹

Pengertian waralaba menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyebutkan bahwa: Waralaba adalah 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.

Perdagangan dengan menggunakan konsep waralaba dibangun atas dasar perjanjian, yaitu antara Pemberi Waralaba sebagai pemberi hak dan Penerima Waralaba sebagai penerima hak. Perjanjian waralaba selain berkaitan dengan Pasal 1319 KUH Perdata, dan berkaitan pula dalam Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian dan Pasal 1338 KUH Perdata mengenai asas kebebasan berkontrak yang menyatakan bahwa setiap orang bebas untuk membuat perjanjian dan bebas menentukan isi suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Hal ini berarti, KUH Perdata memberikan kebebasan kepada para pihak yang mengadakan perjanjian untuk menentukan isi perjanjian dengan syarat tidak bertentangan dengan undang-undang kesusilaan dan ketertiban umum.

Di dalam suatu perjanjian terdapat hubungan-hubungan yang terjalin antara para pihak. "Hubungan ini tidak timbul dengan sendirinya. Hubungan hukum itu tercipta dari tindakan hukum yang menimbulkan hubungan hukum dan melahirkan hak dan kewajiban para pihak. Satu pihak berhak memperoleh prestasi

¹⁹ Adrian Sutendi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 22.

sedangkan pihak yang lain berkewajiban memenuhi prestasi”.²⁰ Sedangkan mengenai pelaksanaan suatu perjanjian, dapat terjadi suatu perselisihan antara para pihak yang disebabkan oleh adanya pihak yang tidak memenuhi prestasi. Prestasi adalah ”sesuatu yang wajib dipenuhi oleh debitur dalam setiap perikatan”.²¹

Menurut Pasal 1234 KUH Perdata adalah memberi sesuatu, berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu maka, apabila salah satu pihak tidak memenuhi prestasi maka ia dinyatakan wanprestasi. Seperti yang dikemukakan oleh Abdulkadir Muhammad, wanprestasi ialah ”tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan”.²² Jika terjadi wanprestasi maka pihak yang dirugikan dapat memberikan *sommatie* (teguran) kepada pihak yang telah wanprestasi. ”Sommasi berarti peringatan agar debitur melaksanakan kewajibannya sesuai dengan teguran/pernyataan kelalaian yang telah disampaikan kreditur kepadanya”.²³

Penyelesaian perselisihan di Indonesia biasanya, dilakukan dengan musyawarah/mufakat sebagai kultur ”orang Timur”.²⁴ Bila suatu perselisihan tidak dapat diselesaikan melalui musyawarah/mufakat, maka para pihak menyerahkan perkaranya kepada lembaga peradilan, dalam hal ini adalah Pengadilan Negeri sebagai pengadilan tingkat pertama. Selain penyelesaian melalui lembaga peradilan, dapat juga diselesaikan di luar pengadilan melalui *Alternative Dispute Resolution* dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli yang dilakukan secara damai atau dapat pula diselesaikan melalui badan arbitrase.

C. SIMPULAN

Pengertian waralaba menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba adalah 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

²⁰ M.Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT. Alumni, Bandung, hlm. 7.

²¹ Abdulkadir Muhammad, 1990, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm 201.

²² *Ibid*, hlm. 203.

²³ M. Yahya Harahap, *Op.Cit*, hlm. 62.

²⁴ H.R. Daeng Naja, 2009, *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009, hlm.105.

dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Sedangkan karakteristik yuridis perjanjian waralaba adalah bahwa perjanjian waralaba termasuk dalam perjanjian yang berada di luar KUH Perdata atau yang sering disebut dengan perjanjian *innominat* karena KUH Perdata adalah sistem terbuka dan mengandung suatu asas kebebasan berkontrak. Hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba serta penyelesaian perselisihan yang timbul akibat pelaksanaan isi perjanjian waralaba tetap mengacu kepada KUH Perdata.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Harahap, M.Yahya, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT.Alumni, Bandung.

Hardjowidigdo, Rooseno, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pertemuan Ilmiah tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi 14-16 Des 1993, BPHN, Jakarta.

Mancuso, Joseph dan Boroian, Donald, 1995, *Pedoman Membeli & Mengelola Franchise*, PT. Delapratasa, Jakarta.

Muhammad, Abdulkadir, 1990, *Hukum Perikatan*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.

_____, *Hukum Perdata Indonesia*, 1990, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Naja, H.R. Daeng, 2009, *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.

Subekti, R., 1987, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta.

Sutendi, Adrian, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor.

JURNAL

Listyawati, Peni Rinda, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innomenaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No. 2 Tahun 2006, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung.

INTERNET

Ardianto, Sigit dan Senen, Ibrahim, 2007, *Waralaba Internasional*, Edisi Khusus Cly, DNC Law Firm, Jakarta, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

Lumoindong, Heri, *Waralaba dan Perkembangannya*, http://www.paroki-teresa.tripod.com/Tonikum_WARALABA, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

Nuramin, Agus, *Pengantar Bisnis Part. 3 (Franchising/Waralaba)*,
www.agusnuramin'sblog.blogspot.com, 15 Oktober 2010.

Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.
<http://www.smfranchise.com-/franchise/istilahwaralaba.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

<http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/For-Gol/Franchising.html>,
diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

http://paroki-teresa.tripod.com/Tonikum_WARALABA1.html, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

http://invention.smithsonian.org/resources/fa_wu_index.aspx#series2, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

http://findarticles.com/p/articles/mi_m0FJN/is_n8_v30/ai_18728418, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

<http://www.smfranchise.com/franchise/artiwaralaba.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.

<http://www.galeriukm.web.id/peluang-usaha>, diunduh tanggal 15 Agustus 2011.