

**PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA INTERNASIONAL DI INDONESIA  
PADA PT. FASTFOOD INDONESIA TBK.**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum*



Oleh

**ERITHA INDAH FAUZIYANE**

**07 140 066**

**PROGRAM KEKHUSUSAN :**

**HUKUM BISNIS**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2011**

**PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA INTERNASIONAL DI INDONESIA  
PADA PT. FASTFOOD INDONESIA TBK.**

(Eritha Indah Fauziyane, 07 140 066, Fakultas Hukum, Universitas Andalas, 2011, 74  
Halaman)

**ABSTRAK**

Pemerintah Republik Indonesia dewasa ini sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan nasional dan pada dasawarsa terakhir telah menjadikan pembangunan di bidang ekonomi sebagai tulang punggung pembangunan nasional. Pembangunan di bidang perekonomian merupakan pembangunan paling utama di Indonesia. Salah satu upaya peningkatan perekonomian adalah mengembangkan sistem penanaman modal berupa bisnis waralaba (*Franchise*). Bisnis *Franchise* asing merupakan bisnis yang memberikan peluang bisnis yang memberikan pengembangan dalam bidang ekonomi seperti Kentucky Fried Chicken (KFC) di Indonesia yang merupakan bisnis *franchise* atas perjanjian antara KFC International Holding dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk. Terkait dengan hal ini, penulis bermaksud menulis skripsi dengan judul “Pelaksanaan Perjanjian Waralaba di Indonesia Pada PT. Fastfood Indonesia Tbk”. Permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah mengenai prosedur dan tata cara lahirnya perjanjian, hak dan kewajiban, kendala serta upaya penyelesaian dari perjanjian tersebut. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis, dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait dan mempelajari kontrak antara para pihak. Data diolah dengan mengevaluasi hasil data kontrak yang diperoleh dan wawancara kepada pihak PT. Fastfood Indonesia, Tbk. dan Asosiasi Franchise Indonesia. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa prosedur dan tata cara pelaksanaan perjanjian tersebut dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan para pihak dengan melihat peraturan mengenai waralaba, hak dan kewajiban dilaksanakan sesuai dengan yang disepakati di dalam kontrak dan dalam pelaksanaan perjanjian tersebut, para pihak belum menemukan kendala yang terjadi terkait dengan pelaksanaan perjanjian. Akan tetapi, ditemukan beberapa potensi kendala yang mungkin bisa terjadi dikemudian hari

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pemerintah Republik Indonesia dewasa ini sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan nasional dan pada dasawarsa terakhir telah menjadikan pembangunan di bidang ekonomi sebagai tulang punggung pembangunan nasional. Pembangunan di bidang perekonomian merupakan pembangunan paling utama di Indonesia. Salah satu perkembangan yang menonjol dan memperoleh perhatian dalam masa sepuluh tahun terakhir ini adalah makin luasnya arus globalisasi yang berlangsung baik di bidang ekonomi, sosial, budaya, maupun bidang-bidang lainnya. Salah satu ciri globalisasi adalah kompetitif, kosmopolit, dan perubahan yang amat cepat. Untuk mengantisipasi kondisi yang demikian, salah satu cara yang dilakukan manusia adalah melakukan kerjasama atau kemitraan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam menjalankan perusahaan. Perlu disadari bahwa kerjasama baru dapat mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak, bila keduanya menjalankan hak dan kewajibannya sesuai yang diperjanjikan dan dapat memelihara kerjasama yang telah terjalin.

Salah satu upaya peningkatan perekonomian dalam hal kerjasama adalah mengembangkan sistem penanaman modal (investasi). Penanaman modal adalah suatu upaya pengelolaan modal untuk ditanam pada bidang-bidang tertentu dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang. Penanaman modal dapat berbentuk penanaman modal asing dan penanaman modal dalam negeri. Penanaman modal dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional, menciptakan peluang dan lapangan pekerjaan baru, peningkatan teknologi, sehingga kesejahteraan masyarakat meningkat.

Penanaman modal dapat dilakukan secara langsung (*direct investment*) dan secara tidak langsung (*indirect investment*). Pada *indirect investment*, kegiatannya mencakup

transaksi di pasar uang dan pasar modal. Umumnya investor melakukan jual beli saham dan/atau mata uang dalam jangka waktu yang relatif singkat, tergantung fluktuasi nilai saham atau uang yang diperjualbelikan. Pada *direct investment*, investor langsung menanamkan sahamnya langsung pada suatu perusahaan atau peluang bisnis tertentu. Investor ikut serta dalam pelaksanaan, pengawasan, serta ikut menanggung resiko terhadap kesulitan dan kerugian yang diperoleh. Salah satu peluang bisnis yang menggunakan sistem *direct investment* adalah perusahaan dengan sistem *franchise*.

*Franchise* merupakan suatu perjanjian mengenai pendistribusian barang dan jasa terhadap konsumen. *Franchise* mengandung daya tarik tersendiri bagi calon pengusaha yang ingin memiliki bisnis sendiri, tapi bukan sepenuhnya milik sendiri, dengan mengeliminir sebagian resiko kegagalan usaha. Warren J. Keegen dalam bukunya *Global Marketing Management* mengatakan bahwa para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks, diantaranya melakukan pewaralabaan (*franchising*)<sup>1</sup>. Pada dasarnya sistem ini merupakan salah satu sistem perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan yang telah mapan, dengan adanya management dan tingkat profitabilitas yang stabil, perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan timbal balik antara perusahaan dengan pihak lain yang melakukan kerja sama dengan sistem *Franchise* tersebut.

*Franchise* berasal dari bahasa Prancis, yaitu "*franchir*" yang berarti dibebaskan dari pembayaran upeti pajak. Seiring perkembangan zaman, pengertian *franchise* berubah menjadi pemberian izin dalam pemakaian nama atau merek dagang<sup>2</sup>. Sistem ini pertama kali dikenal di Amerika yaitu lahirnya restoran McDonald yang mempunyai sistem yang berbeda dan membawa pengaruh yang besar dalam sistem *franchise* selanjutnya. Konsep yang dibawa

---

<sup>1</sup> Gunawan Widjaja, *Waralaba*, cet.1, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hal.1.

<sup>2</sup> <http://id.shvoong.com>. *Pengertian Franchise*, diakses tanggal 20 November 2010.

McDonald adalah dengan menstandarisasi seluruh kegiatannya termasuk desain produk, interior, dan eksterior, seragam pegawai dimana sistem ini kita sebut bisnis format *franchise*.

Di Indonesia, istilah *franchise* dialih-bahasakan menjadi Waralaba. Waralaba berasal dari kata 'wara' artinya lebih dan 'laba' yang artinya untung. Dalam kamus besar bahasa Indonesia waralaba berarti hak kelola atau hak pemasaran<sup>3</sup>. Di samping pengertian itu, ada pengertian waralaba dari para ahli, salah satunya pengertian waralaba menurut Juajir Sumardi yaitu: "*Franchise* adalah sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat"<sup>4</sup>.

Mekanisme bisnis dengan sistem waralaba memang bersifat saling menguntungkan. Secara otomatis akan terjadi alih teknologi dan keterampilan kepada penerima waralaba (*franchisee*) dan dapat menggunakan merek dagang terkenal milik pemberi waralaba (*franchisor*). Pemberi waralaba akan memperoleh keuntungan dari pembayaran, seperti uang muka, latihan tenaga kerja, iklan dan *franchise fee* disamping merek dagang dan produknya dapat dikenal semua orang. Semua itu bisa diperoleh pemberi waralaba (*franchisor*) tanpa harus menanamkan modal.

Khusus di Indonesia, waralaba ini sudah berkembang cukup pesat. Menurut catatan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) yaitu organisasi yang merupakan mitra pemerintah dalam pembinaan dan pengembangan dunia usaha waralaba, terdapat lebih dari empat puluh pemberi waralaba asing di Indonesia, seperti produk Circle K, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Starbucks, J-co dounuts, dan lainnya. Masyarakat Indonesia sepertinya cukup termotivasi melihat kesuksesan perusahaan bersistem waralaba ini. Baru-baru ini pun sering diadakan pameran waralaba lokal di beberapa daerah di Indonesia. Beberapa perusahaan waralaba yang sudah tidak asing di masyarakat juga ikut serta seperti Alfamart, Es Teler 77,

---

<sup>3</sup> [www.kamusBahasaIndonesia.org](http://www.kamusBahasaIndonesia.org), diakses tanggal 22 Oktober 2010

<sup>4</sup> [www.bisnise.com](http://www.bisnise.com), perlindungan hukum bagi pemberi waralaba, diakses tanggal 22 Oktober 2010.

Martabak Sarang Semut, Kebab turki, Mulibu Photo Studio, LP31, Cipaganti Travel, dan lainnya.

Sebagai pranata sosial dalam kehidupan ekonomi, kehadiran waralaba juga menghadirkan permasalahan dibidang hukum. Hal ini terjadi akibat adanya hubungan-hubungan yang terjadi atas sistem perjanjian waralaba tersebut. Untuk itu, tentu perlu aturan yang mengatur berjalannya perjanjian waralaba di Indonesia. Selain ketentuan umum yang terdapat dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*), pengaturan mengenai sistem waralaba ini telah dimuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dengan adanya perlindungan hukum yang diberikan oleh perjanjian waralaba, dapat diharapkan memberikan suatu perlindungan dalam dunia usaha. Demi terlaksananya tujuan peningkatan perekonomian, perjanjian waralaba khususnya perjanjian waralaba internasional rasanya perlu diperhatikan.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul : **PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA INTERNASIONAL DI INDONESIA PADA PT. FASTFOOD INDONESIA Tbk.**

## **B. Perumusan Masalah**

Untuk terarahnya penyusunan skripsi ini maka penulis memfokuskan masalah tersebut dengan rumusan-rumusan sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur dan tata cara lahirnya perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk?
2. Apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak dalam Perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk?

3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk dan bagaimana upaya penyelesaian sengketa terhadap kendala-kendala tersebut?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana lazimnya sebuah karya ilmiah yang memiliki tujuan tertentu didalam penelitiannya, maka didalam penulisan skripsi ini ada dua tujuan yang hendak dicapai yang dikelompokkan berdasarkan sifatnya yaitu :

- Tujuan umum yaitu :

1. Untuk memenuhi salah satu syarat akademis guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang ilmu hukum pada Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang.
2. Untuk memperkaya wawasan pengetahuan penulis dalam rangka pembuatan karya- karya ilmiah, khususnya dalam lapangan hukum bisnis.
3. Menyumbangkan buah pemikiran penulis dalam bidang ilmu hukum bisnis serta sebagai penambah literatur perpustakaan.

- Tujuan khusus yaitu :

1. Untuk mengetahui prosedur dan tata cara lahirnya perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk.
2. Untuk mengetahui hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam Perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk dan upaya penyelesaian sengketa terhadap kendala-kendala tersebut.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk memperluas pengetahuan dibidang ilmu hukum pada umumnya dan dibidang hukum perjanjian dengan sistem waralaba pada khususnya.
2. Mengetahui prosedur lahirnya perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak serta keuntungan dan kerugian sistem ini, agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai peluang bisnis dalam tujuan memajukan perekonomian bangsa.
3. Sebagai bahan masukan bagi para pembaca untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan usaha yang bersistem waralaba.
4. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan memperbanyak literatur khususnya dalam ilmu hukum bisnis.
5. Untuk menambah pengalaman penulis dalam melakukan penelitian, dan sebagai dasar untuk melakukan penelitian ilmiah lainnya.

#### **E. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan sarana pokok dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, karena penelitian merupakan upaya-upaya untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis dan komprehensif. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa terhadap data yang telah diperoleh dan dikumpulkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Metode pendekatan dan sifat penelitian**

Metode pendekatan masalah yang digunakan adalah yuridis sosiologis, yakni penelitian yang hendak digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian dengan sistem waralaba yaitu pihak dari PT. Fastfood Indonesia Tbk. dan

Pihak dari Asosiasi Franchise Indonesia. Penelitian ini bersifat kualitatif yang mana dilakukan dengan melihat pada kontrak perjanjian dari judul yang dimaksud serta peraturan-peraturan yang berkaitan dan disesuaikan dengan fakta yang terjadi dalam pelaksanaannya.

## 2. Pengumpulan Data

Data yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah:

### - Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui penelitian langsung dilapangan guna memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Data ini diperoleh melalui kontrak perjajian waralaba KFC di Indonesia dan juga wawancara dengan pihak PT. Fastfood Indonesia dan dari pihak Asosiasi Franchise Indonesia.

### - Data sekunder

Data sekunder meliputi :

- 1) Bahan hukum primer yaitu : bahan hukum yang mengikat. Dalam hal ini yang dapat menunjang penelitian ini adalah :
  - a) Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek);
  - b) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
  - c) Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
  - d) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
  - e) Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- 2) Bahan hukum sekunder, yakni bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti buku dan literatur.

## 3. Teknik pengumpulan data

a Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara lisan. Pihak-pihak yang akan diwawancarai adalah: Pihak PT Fastfood Indonesia Tbk. dan pihak Assosiasi Fastfood Indonesia (AFI)

b Studi Dokumen

Yaitu dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti seperti kontrak.

4. Pengolahan dan analisis data

a. Pengolahan data

Data yang diperoleh setelah penelitian akan diolah melalui proses editing dan deskripsi. Kegiatan ini dilakukan untuk mengumpulkan data dan diuraikan ke kalimat-kalimat yang mudah dimengerti dan pengoreksian atau melakukan pengecekan terhadap hasil penelitian yang penulis lakukan, sehingga tersusun rapi dan menghasilkan kesimpulan.

b. Analisis data

Data dianalisis dengan analisis kualitatif yaitu dengan menilai dan menguraikan data yang tak berbentuk angka dengan menggunakan data-data yang diperoleh, konsepsi para ahli, peraturan perundang-undangan dan Logika untuk memperoleh kesimpulan relevan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari :

BAB I           Pendahuluan, didalam bab ini dikemukakan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan dan sistematika penulisan.

- BAB II** Tinjauan pustaka, bab ini terdiri dari beberapa sub bab, diantara lain adalah memuat tinjauan umum tentang perjanjian, dan tinjauan umum tentang investasi dan waralaba.
- BAB III** Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab III ini penulis menguraikan mengenai tata cara lahirnya perjanjian, hak dan kewajiban pada pihak, serta cara penyelesaian masalah atas kendala pelaksanaan perjanjian waralaba internasional.
- BAB IV** Penutup, dalam bab ini penulis mencoba memberikan kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran penulis.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang sapat di ambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perjanjian waralaba Internasional antara Kentucky Fried Chicken International holding inc! dengan PT. Fastfood Indonesia melalui beberapa tahapan. Sebelum membuat perjanjian tertulis, pemberi waralaba mengajukan prospectus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba yang memuat hal-hal mengenai waralaba yang ditawarkan. Apabila penerima waralaba tertarik dengan penawaran, pemberi waralaba ini langsung menugaskan/mengirimkan utusannya untuk mengadakan survey ketempat atau lokasi dimana perusahaan waralaba tersebut akan beroperasi. Setelah meninjau lokasi dan dianggap cukup strategis dan memungkinkan untuk usaha di bidang waralaba, maka pemberi waralaba akan menawarkan atau mengajukan draft perjanjian. Selanjutnya pihak penerima waralaba akan mempelajari secara mendalam format/draft perjanjian yang diajukan oleh pihak pemberi waralaba. Akta tersebut mulai berlaku pada saat ditandatanganinya perjanjian waralaba tersebut dan dimulai pada saat itu pula mengikat para pihak. Selanjutnya Penerima waralaba mendaftarkan perjanjian tersebut beserta keterangan tertulis dan benar dari pemberi waralaba menunjukkan surat perjanjian waralaba dan prospectus penawaran waralaba kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan cq. Pejabat yang berwenang untuk persyaratan diterbitkannya Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang mana STPW diterbitkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada tanggal 28 Agustus 2003 dengan nomor: 494 /PDN/VIII/2003 masa berlaku STPW adalah selama 10 (sepuluh) tahun.

2. Mengenai hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima waralaba adalah sesuai dengan yang tertera di dalam kontrak perjanjian yang diadakan para pihak dengan syarat tidak bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan, kepentingan, dan ketertiban umum, serta asas-asas yang mendasari perjanjian waralaba. Hak dan kewajiban yang diatur tersebut adalah mengenai bantuan yang diberikan *franchisor*, syarat-syarat pelaksanaan, kerahasiaan informasi, pembayaran, periklanan, pemeriksaan dan ketentuan lainnya.
3. Mengenai kendala atas pelaksanaan perjanjian selama ini belum pernah terjadi permasalahan yang serius. Hanya saja, melihat dari isi kontrak dapat diperkirakan adanya potensi kemungkinan terjadinya masalah/kendala di kemudian hari. Apabila terjadi kendala tersebut, maka diupayakan permasalahan diselesaikan melalui jalan Negoisasi (Musyawarah) agar hubungan para pihak tetap harmonis. Apabila usaha negoisasi gagal, maka para pihak dapat menggunakan arbitrase sebagai alternative penyelesaian sengketa dengan pelaksanaannya seperti yang tertera dalam kontrak.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang dapat penulis sampaikan dalam tulisan ini adalah sebagai berikut:

Pemerintah sepatutnya lebih memperhatikan aturan hukum yang pasti dan tepat untuk pelaksanaan waralaba internasional ini. Sebagai salah satu bentuk dari Penanaman Modal Asing, waralaba asing (internasional) seharusnya disamping diatur dengan peraturan mengenai waralaba, juga harus sesuai dengan ketentuan Penanaman Modal Asing yang tujuannya untuk memberikan perlindungan kepada penerima waralaba dan memposisikan

kedudukan yang sama bagi Pemberi waralaba dengan penanam modal asing lainnya di Indonesia.

Perlu diperhatikan pula dari kemungkinan kendala yang dapat terjadi diatas bahwa perlu diperhatikan kembali klausul-klausul yang nantinya dapat menimbulkan masalah dikemudian hari. Perjanjian memang memiliki asas kebebasan berkontrak, akan tetapi klausul yang disepakati haruslah memberikan keuntungan kepada kedua pihak dan tidak memberikan kerugian kepada salah satu pihak. Selanjutnya, bila terjadi perubahan kepemilikan hak pada pelaksanaan bisnis yang diperjanjikan ini, maka sebaiknya penafsiran terhadap isi kontrak kembali dilakukan agar menghindari terjadinya permasalahan di kemudian hari agar pihak-pihak yang melanjutkan dapat memahami perjanjian yang telah ada. Pada pelaksanaan hak dan kewajiban, para pihak diharapkan tidak hanya melaksanakan hak dan kewajiban yang tertera dalam kontrak saja melainkan juga melaksanakan hak dan kewajiban yang tertera dalam perundang-undangan positif indonesia. Para pihak juga diharapkan mengatur klausul mengenai kendala penerima waralaba dalam hal usaha tersebut mengalami kegagalan dikarenakan keadaan tak terduga. Mengingat Indonesia kerap kali terkena bencana alam, maka ini akan memberikan perlindungan bagi penerima waralaba yang mengalami kerugian dan bantuan dari pemberi waralaba atas kerugian tak terduga yang terjadi, sehingga keuntungan bukanlah semata-mata yang ditujukan oleh pihak *franchisor*, melainkan adanya hubungan bisnis yang baik, hubungan perekonomian antar negara baik, dan membina jalinan persahabatan antar negara-negara di dunia.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku-Buku

Ana Rokhmayussa'dyah, Suratman, *Hukum investasi dan pasar modal*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010.

Ande Akhmad Sanusi, *Kumpulan Catatan Kuliah*, Universitas Padjajaran, 1995.

Badrul zaman, et al., *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti. Bandung, 2001.

Gunawan Widjaja, *Waralaba*, cet.1, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.

Iswi Hariyani, R. Serfianto, *Membangun Gurita Bisnis Franchise – Panduan hukum bisnis Waralaba (Franchise)*, cet 1, Yogyakarta, Pustaka Yustisia, 2011.

Juajir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan perusahaan Transnasional*, cet.1, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 1995.

Martin madelson, *Franchising: Petunjuk praktis bagi franchisor dan franchisee*, Pustaka Bineman Pessindo, 1997.

Moh Basararah, M. Faiz Mufidin , *Bisnis Franchise dan aspek-aspek hukumnya*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2008.

Munir Fuadi. *Pengantar Hukum Bisnis :Menata Bisnis Modern di Era Global*. Cet.2, Senerai Pustaka, 2002.

P. Lindawaty S. Sewu, *Franchise : Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Rkonomi*, cet 1, Bandung, CV. Utomo, 2004.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet.6, PT. Intermasa, 1979.

Salim HS, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Cet 4, Sinar Grafika, Jakarta, 2006.

Stephen fox, *Membeli dan menjual bisnis Franchise*, Alex media komputindo, Jakarta, 1993.

### 2. Perundang-undangan

- Kitab Undang-undang hukum perdata (*Burgerlijk Wetboek*)

- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Kontrak perjanjian antara KFC International Holding Inc. dengan PT. Fastfood Indonesia Tbk.

### 3. Internet

<http://id.shvoong.com>. *Pengertian Franchise.*

[www.kamusBahasaIndonesia.org](http://www.kamusBahasaIndonesia.org).

[www.bisnise.com](http://www.bisnise.com), perlindungan hukum bagi pemberi waralaba.

[Kuliahade.wordpress.com](http://Kuliahade.wordpress.com), Penanaman modal dan bentuk kerjasamanya.