



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 6769-6777

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Eksaminasi Kebijakan Hukum Waralaba Indonesia Guna Menyokong Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha

Chrystarina Wijaya<sup>1</sup>, Gunardie Lie<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanegara

[chrystarina.205240167@stu.untar.ac.id](mailto:chrystarina.205240167@stu.untar.ac.id), [gunardi@fh.untar.ac.id](mailto:gunardi@fh.untar.ac.id)

### Abstrak

Waralaba merupakan konsep usaha yang menawarkan kemudahan bagi para perintis usaha melalui konsepnya yang terstruktur dan mempunyai prospek keberhasilan lebih besar dibandingkan jika memulai usaha dari awal. Kendati demikian, dalam beberapa kesempatan, usaha ini juga membawa permasalahan perlindungan hukum terhadap para pelakunya. Peraturan terkait waralaba diatur dengan ideal dalam PP No. 35 Tahun 2024 dan Permendag No. 71 Tahun 2019, namun, masih terdapat keterbatasan sarana hukum, minimnya sosialisasi, rendahnya literasi masyarakat, serta perjanjian baku yang merugikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan mengeksaminasi peraturan perundang-undangan waralaba serta sistem perizinan berbasis risiko yang dijalankan melalui Online Single Submission (OSS). OSS merupakan situs resmi pemerintah untuk mendorong kegiatan waralaba. OSS memberikan kemudahan dan efisiensi yang sangat besar kepada para pelaku usaha waralaba, dengan mana salah satunya adalah dengan cara mewajibkan pendaftaran Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk dilakukan secara elektronik. Meskipun dalam awal pelaksanaannya OSS masih terkendala oleh keterbatasan akses internet di sejumlah daerah serta terdapat suatu permasalahan inharmonisasi ketentuan perundang-undangan, namun patut digaris bawahi bahwa lahirnya PP No. 28 Tahun 2025 telah menjadi sebuah solusi yang baik dalam memperbaiki dasar hukum OSS. Berdasar pada perubahan tersebutlah oleh sebabnya perlindungan hukum bagi pelaku usaha waralaba menjadi maksimal dalam keefektifitasannya.

*Kata kunci:* Waralaba, OSS, Perlindungan Hukum.

### 1. Latar Belakang

Sebagai suatu individu, dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti membayar kebutuhan pangan, memberi nafkah keluarga, atau bahkan untuk sekedar bertamasya ke tempat rekreasi, tentu saja kita membutuhkan uang dan tenaga yang stabil untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Dalam usaha untuk mendapat uang dan tenaga yang stabil inilah setiap individu kemudian merasa perlu untuk mempunyai setidaknya satu mata pencaharian dengan prospek keuntungan yang masif dan mempunyai daya tahan saing hingga bertahun-tahun lamanya. Mereka akan bersaing sekuat mungkin dalam mencari dan atau bahkan menghasilkan mata pencaharian dengan kedua aspek tersebut, yang mana salah satunya adalah dengan menjual jasa atau membuka bisnis. Catatan Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pada triwulan kedua dalam tahun 2025, perekonomian nasional telah meningkat secara berkala hingga menyentuh persentase sebesar 5,12%, yang mana peningkatan ini didapatkan melalui naiknya aktivitas investasi dan ekspor, konsumsi domestik, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), dan pendirian serta ekspansi usaha mikro maupun makro. Kemudian untuk melengkapi data milik BPS tersebut, hasil survei tahunan usaha kecil CPA Australia turut menambahkan bahwasanya per tahun 2024 lalu, pendirian usaha mikro milik perseorangan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan hingga menyentuh angka 83%, di mana angka tersebut merupakan angka tertinggi yang pernah dicatat sejak tahun 2020 silam. Ini menggambarkan betapa ketatnya persaingan setiap individu di Indonesia dalam mencari dan menghasilkan mata pencaharian yang ideal, yang terus bertambah setiap tahunnya, terutama pada waktu-waktu mendatang di mana kebutuhan ekonomi tentunya akan terus berkembang menjadi lebih kompleks. Pernyataan ini pun telah diperkirakan oleh hasil survei milik CPA Australia ketika mereka menyatakan bahwa pada tahun 2025, sebanyak 875 usaha mikro berpotensi besar untuk diluncurkan ke muka publik dan menjadikan Indonesia mempunyai kedudukan tertinggi ketiga dalam persentase negara dengan usaha mikro terbanyak dibandingkan dengan 11 negara lainnya seperti Malaysia, India, Tiongkok, Filipina, yang termasuk dalam objek survey mereka.

Menilik ketajaman dari persaingan bisnis di Indonesia inilah kemudian banyak pihak, terutama mereka yang mempunyai usaha makro, untuk diharuskan untuk terus memutar cara agar usaha mereka yang sudah bergerak cepat tidak tersaingi oleh usaha-usaha yang baru merintis karir. Berbagai pengadopsian mekanisme pemasaran dan penjualan pun pada akhirnya dicoba oleh banyak perusahaan, di mana contoh yang paling nyata dan dapat dirasakan perkembangannya saat ini adalah dengan hadirnya mekanisme waralaba atau *franchise* yang telah menjamur dalam persaingan usaha di Indonesia dalam hampir segala kategori usaha, seperti *Hai Di Lao*, *Wingstop*, *Shihlin*, dan sejenisnya.

Apabila kita membahas mengenai waralaba, satu hal yang patut kita ketahui bersama-sama adalah bahwa sebenarnya konsep ini telah ada sejak tahun 1850, namun baru dikenal dan kemudian dikembangkan pada tahun 1950. Waralaba pada mulanya diciptakan oleh Isaac Singer yang merupakan seorang pembuat mesin jahit bermerek Singer. Isaac pada saat itu mempunyai ambisi besar untuk meningkatkan kuantitas penjualan barang miliknya, namun setelah mencoba berbagai upaya, ia masih belum dapat mencapai titik ketika apa yang dicita-citakan olehnya berjalan sebagaimana ekspektasi mengantarkannya, sehingga ia dengan konsistensi penuh terus memutar akal untuk meraih impiannya. Pada suatu hari, Isaac terpikirkan untuk menggunakan konsep *dealer* sebagai mekanisme pendistribusian produk miliknya. Konsep tersebut pada intinya diterapkan dengan Isaac memberikan layanan penjualan dengan menyediakan komponen suku cadang mesin jahitnya kepada orang-orang yang berminat atau membutuhkan mesin tersebut dengan tujuan memasarkan produk miliknya secara meluas. Konsep ini pun kemudian menarik perhatian khalayak umum dan kemudian dijadikan basis dari mekanisme bisnis waralaba yang mempunyai eksistensi penuh hingga saat ini, di mana apabila diinterpretasikan secara gramatikal, penjual sebagai tangan pertama (*first hand*) memberikan layanan purna jual atau yang juga dikenal sebagai lisensi atau merek dagang, dan komponen suku cadang tersebut adalah bahan baku yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha. Tujuan utama dari konsep *dealer* sendiri, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, adalah untuk menjadi sarana pemasaran, namun seiring berputarnya waktu dan perkembangan global, tepatnya pada tahun 1950, konsep tersebut berubah menjadi sebuah “alat” bisnis untuk menghasilkan uang agar menjadi lebih universal dan dapat diaplikasikan dalam segala jenis aspek usaha, tanpa meninggalkan tujuan utamanya, yaitu menjadi upaya pemasaran. Secara garis besar, *Black's Law Dictionary* mendefinisikan waralaba sebagai suatu lisensi merek milik seseorang yang disebut sebagai pemilik pertama yang memberi izin penuh kepada orang lain untuk menjual barang atau jasa dengan merek dan sistem yang telah dibentuk oleh pemilik pertama tersebut dengan membayar sejumlah uang/royalti. Kemudian menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI), waralaba merupakan suatu sistem dalam pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan dengan pelaku waralaba yang memberi haknya kepada individu atau perusahaan guna menjalankan bisnis dengan nama, merek, sistem hingga prosedur serta tata cara dalam jangka waktu yang sudah ditentukan.

Tidak beranjak jauh dari pembahasan di atas, juga tercatat oleh Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) bahwasanya pada dua tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2023, terdapat sebanyak kurang lebih 60,000 usaha waralaba yang dibangun di Indonesia. Pendirian usaha waralaba ini tentunya memberikan keuntungan cukup besar dalam prospek ekonomi bagi Indonesia, karena apabila kita menilik pada total omset keseluruhan yang lahir melalui pendirian waralaba pada tahun 2023, angka yang diraih telah melebihi 200 triliun. Kemudian pada tahun 2024 telah tercatat sebanyak 143 triliun. Dalam perspektif lain, keuntungan ekonomi Indonesia juga diraih melalui banyaknya masyarakat lokal yang diangkut untuk menjadi pekerja tetap dalam usaha waralaba tersebut. Kementerian perdagangan menyebutkan bahwa pada tahun 2024, sebanyak 97.872 tenaga kerja lokal bekerja dalam usaha waralaba, baik yang lahir dari waralaba lokal maupun asing. Hal ini tentunya turut menambah hikmah positif dari konsep usaha waralaba itu sendiri, terlebih ketika kita menjadi pihak yang memutuskan untuk menggunakan merek milik suatu usaha atau penerima waralaba. Hanya dengan membayar sejumlah harga dan mengikuti tahap prosedural yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan, kita sudah dapat membuka suatu usaha dengan untung yang mempunyai perkiraan, dilengkapi dengan materi promosi dan strategi penjualannya yang telah terbukti berhasil memasarkan produk usaha tersebut, mempunyai waktu yang lebih panjang untuk mengurus kegiatan lain, juga dapat memberikan dampak positif kepada pihak luar dengan memberikan suatu lapangan pekerjaan bagi mereka. Kementerian Perdagangan dalam hal ini pun telah sepakat dengan potensi adanya perbaikan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan hadirnya konsep usaha waralaba, hal ini sudah terlihat dengan jelas melalui wawancaranya dalam pers *The 23rd International Franchise, License and Business Concept*

*Expo and Conference (IFRA) 2025* pada tanggal 16 April lalu. Kemudian selain daripada hal yang telah disebutkan di atas, konsep waralaba juga secara tidak langsung menawarkan sebuah usaha dengan potensi kerugian atau potensi bangkrut yang lebih kecil dibandingkan dengan ketika seseorang membuka usahanya dari awal, selagi usaha waralaba yang dipilih telah dipertimbangkan dari berbagai jenis aspek yang ada dan dipastikan sesuai ketentuan.

Namun juga perlu diketahui bersama-sama bahwasanya selain melihat sudut pandang positif yang tentunya amat banyak dalam usaha dengan konsep waralaba, kita juga perlu melakukan eksaminasi lebih dalam dengan mempertimbangkan banyak sudut pandang lain yang perlu dilihat untuk menghindari kerugian yang mungkin dapat menimpa kita di kemudian hari tanpa kita sadari. Beberapa tantangan yang dalam penelitian kali ini patut diketahui dari calon penerima waralaba adalah bahwasanya meski usaha waralaba memberikan kemudahan yang besar bagi jam kerja kita, tetapi modal atau pembayaran lisensi yang harus dikeluarkan untuk tipikal usaha waralaba adalah tidak sedikit, bisa saja sangat besar, apalagi untuk jenis usaha yang telah berkembang lebih daripada lima tahun dan telah mempunyai cabang di berbagai daerah. Kemudian, dengan jumlah uang yang teramat besar tersebut, sebagai calon penerima waralaba, kita tidak sepenuhnya mempunyai kebebasan untuk menciptakan inovasi atau melakukan sesuatu di luar daripada yang telah diperjanjikan. Ketika kita membuat bisnis sendiri, hal ini tentunya bukan menjadi bahan pertimbangan karena kebebasan berinovasi sudah sepenuhnya berada dalam genggaman kita. Terakhir, patut untuk di garis bawahi bahwa keuntungan yang dihasilkan dari penjualan milik usaha waralaba masih harus dibagi antara pihak penerima dan pemberi, meskipun penerima telah membayar sejumlah harga atas lisensi mereka yang tentu tidak kecil apabila diperhitungkan. Untuk beberapa usaha waralaba, pemberi biasanya kerap meminta pembagian yang sangat menguntungkan sebelah pihak, contohnya adalah dengan pembagian keuntungan sebesar hampir setengah dari total keseluruhan, sehingga menciptakan margin keuntungan yang sangat tipis bagi pihak penerima waralaba. Inilah yang menjadi buah pemikiran untuk setiap orang yang ingin membuka usaha waralaba, dikarenakan keuntungan yang mungkin hanya tipis karena dipotong berbagai kebutuhan lain di luar lisensi. Dapat dilihat dari kesaksian Tohar Ota selaku penerima waralaba dari Rumah Makan Padang Sederhana di Bintaro yang dengan penuh kesadaran turut menyetujui pernyataan tersebut. Menurut Tohar, ketika pertama kali ia mengambil merek dari sebuah usaha waralaba sebelum rumah makan padang, ia pernah mengalami kerugian besar dikarenakan ia mengambil lisensi dari pemberi waralaba yang tidak memberikan dukungan berkesinambungan. Tohar menyatakan bahwa saat itu ia mengalami kerugian karena pemberi waralaba yang tidak mau memberi keringanan dalam pembayaran fee sebesar 6%, padahal usaha waralaba miliknya sedang mengalami penurunan omset yang cukup drastis dari sebelumnya. Melalui pengalaman tersebutlah Tohar pada akhirnya memahami upaya-upaya yang dapat dikerahkan agar ia tidak melakukan kesalahan yang sama dalam memilih suatu usaha waralaba.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Tohar Ota dan mungkin penerima waralaba lainnya kemudian hadir berbagai pertanyaan mengenai perlindungan hukum dan penyikapan tantangan dari usaha waralaba dalam hal timbulnya permasalahan-permasalahan hukum yang berpotensi merugikan hanya salah satu pihak saja, baik itu pihak pemberi maupun penerima, yang pada umumnya adalah penerima. Bagaimana ketika dalam proses membuat perjanjian, pemberi bersikeras untuk membuat perjanjian baku yang tidak dapat dimodifikasi sesuai kesepakatan Para Pihak? Bagaimana ketika penerima waralaba merasa dirugikan dalam perjanjian waralaba seperti Tohar Ota dalam usaha waralaba pertamanya? Bagaimana ketika suatu usaha waralaba tidak mempunyai STPW namun penerima waralaba sudah terlanjur menyetujui suatu perjanjian? Dan pertanyaan-pertanyaan lainnya yang berpotensi untuk timbul. Inilah yang akan dikaji bersama-sama dalam penelitian kali ini, mengenai bagaimana tantangan perlindungan hukum terhadap Para Pihak atau Para Pelaku dalam usaha waralaba di Indonesia, dan bagaimana peran *Online Single Submission* dalam mendorong integrasi dan transparansi usaha waralaba di Indonesia.

## 1. Metode Penelitian

Format metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dengan mengaplikasikan pendekatan yuridis normatif, yang merupakan sebuah pendekatan dengan fokus utama terletak pada norma-norma dalam ketentuan hukum yang masih berlaku di Indonesia (hukum positif) pada saat penelitian ini berlangsung. Ketentuan tersebut dikaji melalui berbagai sumber kepustakaan, dimulai dari sumber kepustakaan primer, diikuti dengan urutan

sekunder, dan yang terakhir adalah urutan tersier. Dalam sumber kepustakaan primer, penelitian kali ini menggunakan berbagai peraturan perundang-undangan yang masih mempunyai relevansi tinggi dengan topik penelitian. Kemudian, penelitian ini turut menggunakan sumber kepustakaan sekunder berupa jurnal hukum dan pernyataan para ahli, serta tidak lupa juga untuk menggunakan sumber kepustakaan tersier berupa artikel berita dan kumpulan-kumpulan data yang diakses sepenuhnya melalui internet.

Kemudian dalam sistematikanya, penelitian ini menggunakan sebanyak tiga pendekatan yang berbeda-beda dengan tujuan penyempurnaan data dan argumentasi. Pendekatan pertama pada inisialnya menggunakan metode *statute approach* atau pendekatan perundang-undangan, dengan tujuan untuk dapat mengkaji lebih dalam mengenai kesesuaian penerapan peraturan tersebut dengan kehidupan nyata dan apa saja yang menjadi permasalahan dalam penerapannya. Kemudian juga terdapat *conceptual approach* sebagai salah satu cara untuk menambah bahan referensi dalam perancangan struktur penulisan dan hal-hal sejenisnya, dan mengetahui bagaimana para ahli memberikan sudut pandang mereka dalam studi kasus terkait penelitian kali ini. Terakhir, penelitian ini juga turut menggunakan metode *case approach* atau pendekatan kasus, di mana berbagai kejadian yang dialami oleh masyarakat akan dijadikan contoh nyata, dengan tujuan utamanya adalah menambah informasi tambahan yang nyata dan dapat menunjang keberlangsungan penelitian ini.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1. Tantangan Perlindungan Hukum Para Pelaku Usaha Waralaba di Indonesia

Perlindungan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu cara, proses, atau bahkan upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk melindungi sesuatu atau seseorang lainnya demi kepentingan tertentu. Kemudian, KBBI juga turut mendefinisikan hukum secara garis besar, yaitu sebagai aturan yang dirancang oleh pemerintah dalam suatu wilayah, yang kemudian akan diberlakukan secara rata kepada seluruh pihak yang ada di dalam kawasan wilayah tersebut. Sehingga, dalam hal ini apabila dua kata tersebut kita kaji lebih dalam melalui sisi filosofis, maka perlindungan hukum merupakan suatu bentuk, cara, proses, atau upaya yang diberikan kepada suatu subjek hukum dengan memberikan kepastian hukum melalui ketentuan-ketentuan yang telah dirancang oleh pemerintah maupun ketentuan-ketentuan lainnya berupa norma-norma umum, yang berlaku di kehidupan bermasyarakat tanpa ada aturan tertulis, dengan memastikan bahwasanya cara, proses, atau upaya tersebut tidak melanggar ketentuan lainnya. Philipus M. Hadjon pernah menyatakan, bahwasanya ketika seorang penegak hukum berupaya untuk melakukan perlindungan hukum bagi mereka yang membutuhkan, perlindungan tersebut dapat diberikan dalam format preventif atau represif. Kemudian menurut Nurdjana dalam bukunya yang berjudul “Sistem Hukum Pidana dan Bahaya Laten Korupsi,” perlindungan hukum yang bersifat preventif adalah ketika penegak hukum melakukan suatu upaya yang berbentuk pencegahan sedari awal, dengan mana perlindungan yang bersifat preventif ini bertujuan untuk menghindari pelanggaran ketentuan tertulis dan/atau norma-norma umum di kehidupan bermasyarakat. Contoh nyatanya adalah dengan hadirnya berbagai program penyuluhan, edukasi dini, sosialisasi, perintah, larangan, dan berbagai upaya lainnya. Kemudian menurutnya, perlindungan hukum yang bersifat represif adalah suatu perlindungan dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum atau sengketa dengan menindak pelaku kejahatan dalam sengketa tersebut, dimulai dari penyelidikan, penindakan, pemeriksaan, dan penyerahan penuntut umum sebagaimana tahap prosedural yang tercantum dalam Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHP).

Penerapan dari perlindungan hukum sejatinya telah dijamin dalam konstitusi negara kita, tepatnya pada Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Perubahan Kedua, yang menyatakan dengan tegas bahwasanya setiap orang mempunyai hak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum. Merujuk pada isi konstitusi inilah dapat kita simpulkan bersama-sama mengenai betapa pentingnya perlindungan hukum bagi seluruh masyarakat Indonesia. Kemudian, beranjak dari percakapan mengenai penerapan itu sendiri, tentunya dalam usaha kita untuk melakukan perlindungan hukum agar perlindungan tersebut menjadi lebih efektif dan ideal, timbul suatu pertanyaan mengenai bagaimana caranya agar perlindungan tersebut dapat ditegakkan dengan baik dan menciptakan hukum yang tidak tegak ke bawah dan tumpul ke atas? Sehingga melalui pertanyaan tersebutlah, kita korelasikan hubungan antara penegakan perlindungan hukum dengan teori tujuan hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch. Tentunya mempunyai hubungan yang amat tepat sasaran. Teori tersebut secara garis besar menyatakan bahwasanya dalam

mewujudkan hukum yang lebih baik, tiga pokok utama yang harus diberikan fokus paling besar adalah dalam keadilan, kepastian, dan kemanfaatan hukum sendiri. Keadilan menurut Gustav pada intinya berfokus mengenai apabila terjadi sebuah permasalahan/sengketa yang sama, maka perlakuan hukumnya harus juga mempunyai energi yang sama dan datang dari hati nurani. Kepastian yang dimaksud oleh Gustav adalah mengenai upaya yang dilakukan oleh penegak hukum, supaya dalam pelaksanaan ketentuan-ketentuannya hukum dapat diterapkan secara konsisten dan dapat memberikan arahan kepada masyarakat mengenai apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, agar kelak masyarakat menjadi lebih sadar akan apa yang diperbuatnya. Terakhir, pada intinya apa yang disebut sebagai kemanfaatan adalah ketika suatu ketentuan yang dibuat dan diterapkan kepada masyarakat mempunyai manfaat/tujuan dalam diterapkannya, karena pada dasarnya hukum sendiri adalah aturan yang dibentuk dengan tujuan menghasilkan kebahagiaan bagi masyarakat yang menjalankannya. Sehingga, apabila teori tujuan hukum ini dapat diterapkan dengan benar, maka perlindungan hukum sudah bukan menjadi permasalahan utama terkait penegakannya bagi masyarakat. Namun kemudian, dalam melakukan percobaan untuk melakukan penegakan perlindungan hukum ini, masih banyak beberapa tantangan yang perlu dihadapi oleh mereka sang penegak hukum dalam kinerjanya, dalam mana tantangan-tantangan tersebut berasal dari berbagai faktor eksternal atau bahkan dari internal penegak hukum sebagai suatu lembaga. Mengutip dari halaman Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, beberapa contoh dari tantangan tersebut diantaranya adalah keterbatasan sarana (kurangnya sumber daya, fasilitas yang kurang memadai), mentalitas penegak hukum yang belum sepenuhnya terbentuk (tidak berintegritas, malas, tidak komitmen), dan kepatuhan masyarakat kepada hukum itu sendiri pun juga turut menjadi suatu tantangan yang besar bagi mereka sang penegak hukum. Tantangan tersebutlah yang kemudian dialami dalam berbagai sektor hukum, termasuk di dalam hukum waralaba.

Hukum waralaba sendiri dalam ketentuan perundang-undangannya di Indonesia telah diatur dengan Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri dengan beberapa perubahan. Bermula diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (PP No 16/1997), kemudian diubah menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (PP No 42/2007), dan saat ini diubah melalui peraturan pemerintah yang paling terbaru atau **Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba** (PP No 35/2024) dan **Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba** (Permendag No 71/2019), yang saat ini menjadi *ius constitutum* waralaba di Indonesia. Pasal 1 PP No 35/2024 mendefinisikan waralaba sebagai suatu hak khusus milik orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Apabila kita sederhanakan, maka konsep dari waralaba sendiri adalah seperti ketika suatu bisnis yang sudah berhasil terlaksana dengan baik atau sudah dapat memberikan keuntungan, memberi kesempatan kepada pihak lain untuk menggunakan lisensi mereka dan mendapat keuntungan dari lisensi tersebut, kemudian kegiatannya akan dijamin dalam perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama-sama oleh Para Pihak. *Franchisor* sebagai pihak yang akan memberikan hak kepada orang lain untuk memasarkan lisensi mereka, harus memastikan bahwa usaha mereka telah memenuhi ketentuan penyelenggaraan waralaba dalam Pasal 2 ayat (2) PP No 35/2024, yaitu telah mempunyai sistem bisnis, dapat memberikan keuntungan, mempunyai kekayaan intelektual tercatat, serta dapat memberikan dukungan yang berkesinambungan dari pemberi waralaba kepada penerimanya. Sistem bisnis yang dimaksud dalam ketentuan penyelenggaraan waralaba adalah ketika usaha tersebut telah mempunyai kerangka yang jelas dan dapat memberikan kemudahan kepada pihak yang akan menjadi *franchisee*, seperti dalam hal pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan operasional, pemilihan lokasi usaha, desain, strategi pemasaran, dan sejenisnya. Kemudian, sebuah usaha yang akan diselenggarakan menjadi waralaba harus dapat memberikan keuntungan, di mana cara melakukan pembuktiannya dalam hal ini adalah dengan memastikan bahwa usaha tersebut sudah berjalan dengan durasi minimal 3 tahun dan mempunyai catatan laporan keuangan yang menunjukkan keuntungan selama dua tahun terakhir. Namun, catatan tersebut berlaku sebagai ketentuan yang tidak wajib bagi para *franchisor* dengan kategori usaha mikro. Pun yang dimaksud dengan mempunyai kekayaan intelektual tercatat adalah ketika usaha tersebut mempunyai hak cipta, rahasia dagang, merek, dan sejenisnya. Terakhir, *franchisor* harus dapat memastikan bahwasanya bisnis mereka dapat memberikan dukungan berupa metode promosi, manajemen operasional, pelatihan yang mencukupi, dan berbagai bentuk pembinaan lainnya agar usaha mereka dapat memenuhi ketentuan tersebut.

Setelah usaha milik *franchisor* telah dipastikan memenuhi ketentuan-ketentuan yang sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 ayat (2) PP No 35/2024, *franchisee* diperbolehkan untuk mengambil kesempatan berupa menggunakan lisensi resmi milik usaha tersebut, dengan mana *franchisor* pertama-tama harus melakukan diskusi ringan dan wajib memberikan prospektus penawaran waralaba kepada *franchisee*. Prospektus penawaran waralaba, berdasarkan Pasal 1 angka 6 PP No 35/2024, adalah suatu keterangan tertulis dari *franchisor* kepada *franchisee* sebagai bentuk informasi mengenai usaha yang akan diwaralabakan. Isi dari informasi yang terkandung di dalam prospektus umumnya melingkupi identitas dan keabsahan dari *franchisor* dan usahanya, sejarah, hingga meliputi struktur kepemilikan serta segala yang wajib terpenuhi di dalam Pasal 2 ayat (2) PP No 35/2024. Setelah *franchisee* menyetujui isi dan segala informasi yang terkandung dalam prospektus tersebut, *franchisor* dan *franchisee* yang selanjutnya akan kita sebut sebagai Para Pihak akan diwajibkan untuk membuat perjanjian waralaba berdasarkan ketentuan dari Pasal 1 PP No 35/2024. Perjanjian waralaba sendiri berdasarkan Pasal 1 angka 7 PP No 35/2024 merupakan suatu perjanjian tertulis antara Para Pihak yang membahas mengenai pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu waralaba dengan jangka waktu dan syarat tertentu. Berdasarkan prosedur inilah kemudian Para Pihak akan berada dalam suatu hubungan perikatan yang didasarkan pada perjanjian, hingga jangka waktu yang disepakati oleh Para Pihak telah berhenti/selesai, atau ketika Para Pihak sepakat untuk menyelesaikan perjanjian tersebut. Setelah Para Pihak terikat dalam perjanjian waralaba, berdasarkan amanat yang dicantumkan dalam Pasal 12 PP No 34/2025, *franchisor* wajib membuat Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan diikuti dengan permohonan kepemilikan STPW oleh *franchisee* dengan tujuan untuk mempunyai izin berusaha, melalui pemberian prospektus dan perjanjian Para Pihak yang nantinya akan dilaksanakan melalui Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik/*Online Single Submission* (OSS).

Merujuk pada seluruh penjabaran di atas, kita mengetahui bahwasanya secara garis besar, perlindungan hukum bagi Para Pihak dalam sektor waralaba sudah sangat ideal dalam pengaturan ketentuannya, mengenai syarat-syarat yang harus terpenuhi ketika *franchisor* ingin membuka usaha waralaba, bagaimana mekanismenya, dan apa saja yang harus dilakukan setelah sepakat dalam pelaksanaan usaha waralaba tersebut. Namun, dalam pengaplikasiannya ke dalam kehidupan sehari-hari, tentunya masih terdapat banyak lubang-lubang yang harus dibenahi dalam beberapa faktor tertentu, seperti contohnya dalam mekanisme pendaftaran waralaba melalui OSS untuk mendapat STPW, yang tentunya hal ini masih sangat tabu dalam kehidupan bermasyarakat kita dan menyebabkan banyak waralaba lokal yang belum mendaftarkan usaha waralaba mereka. Kemudian seperti syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pembukaan suatu usaha waralaba, seperti yang dicantumkan di atas dengan mana salah satunya adalah usaha harus telah beroperasi dengan durasi minimal 3 tahun atau *franchisor* mempunyai pengalaman selama minimal 5 tahun sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 2 ayat (2) dan (3) Permendag No 71/2019. Atau juga seperti ketika dalam membuat perjanjian waralaba, kemudian Para Pihak sadar tak sadar belum memenuhi beberapa ketentuan yang diatur dalam Pasal 6 ayat (2) PP No 35/2024, yang menjadikan perjanjian tersebut “tidak sempurna” dan berpotensi menyulitkan mereka untuk maju ke tahap STPW. Hal-hal seperti inilah yang menjadi tantangan dalam penegakan perlindungan hukum dalam sektor waralaba di Indonesia, yang penyebab paling utamanya berada pada keterbatasan sarana dalam bidang hukum, yang mengakibatkan minimalitas pengetahuan masyarakat dalam membuka suatu usaha waralaba, juga dikarenakan mentalitas para penegak hukum yang belum sepenuhnya kompatibel sehingga tercipta masyarakat yang tidak patuh dengan ketentuan-ketentuan tersebut. Kurangnya sarana bertanya kepada mereka sang penegak hukum, kurangnya informasi yang disajikan oleh mereka kepada kita sebagai masyarakat, serta penegak hukum yang tidak memberikan solusi atas hal-hal seperti inilah yang menjadi tantangan besar dalam perlindungan hukum kita. Perlu kita pahami dengan cermat bahwasanya permasalahan dalam penegakan perlindungan hukum dalam sektor waralaba di Indonesia tidak berasal dari ketentuan-ketentuan yang saat ini menjadi acuan dalam kegiatan waralaba, melainkan berasal dari hampir seluruh subjek hukum yang di kemudian hari akan berhubungan dengan ketentuan tersebut. Seperti penegak hukum yang hingga saat ini masih belum terlalu vokal dalam memberi penyuluhan terkait usaha waralaba terkhususnya lembaga OSS dan dengan metode pengecekan status STPW suatu usaha yang hingga saat ini masih mempunyai metode akses yang sangat konvensional, di mana *franchisee* hanya bisa mengetahui status STPW suatu usaha dengan bertanya kepada pihak *franchisor* saja. Tak lupa juga seperti Para Pihak dalam suatu perjanjian waralaba yang tidak melakukan pemahaman lebih dalam secara mandiri mengenai mekanisme pendirian usaha waralaba di Indonesia, atau ketika *franchisor* dengan sengaja melakukan perbuatan menentang

hukum demi keuntungan pribadi, yang oleh karena itu pada akhirnya menciptakan tantangan baru yang lahir melalui perbuatan tersebut.

Melalui hemat penulisan pada penelitian kali ini, upaya perlindungan hukum yang selanjutnya dapat diterapkan dalam sektor waralaba adalah perlindungan dengan sifat preventif atau pencegahan awal, yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya ringan terlebih dahulu terkait **memperbanyak frekuensi penyuluhan mengenai usaha waralaba**, ataupun dengan **membentuk suatu situs publik resmi pemerintah** untuk mempermudah masyarakat yang akan menjadi *franchisee* untuk dapat melakukan pengecekan singkat mengenai daftar usaha yang telah mempunyai STPW. Meskipun upaya-upaya berikut ini merupakan upaya ringan, namun dengan bantuan pengetahuan dan kemudahan seperti inilah masyarakat Indonesia dapat perlahan-lahan menambah edukasi mengenai konsep waralaba. Pun dalam pelaksanaan penyuluhan tersebut, hal ini tentunya dapat memberikan penurunan dalam potensi penipuan dan sengketa, dikarenakan semakin tingginya edukasi masyarakat, juga semakin tinggi rasa *awareness* mereka dalam memilih dan memilih lisensi yang baik. Penegak hukum pun dapat menambah ilmu mengenai waralaba secara cuma-cuma melalui pertukaran informasi dengan masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh *Seneca the Younger* dalam karyanya dengan judul "*Letters to Lucilius*," yang berbunyi "*Homines dum docent discunt*," atau yang artinya "Orang belajar dengan mengajar." Serta tentunya, penegak hukum dapat mendengarkan keluh kesah masyarakat yang selama ini terpendam karena minimnya interaksi dengan membuka forum diskusi singkat dengan mereka. Sarana hukum di Indonesia pun menjadi lebih kaya dengan adanya penyuluhan, di mana hal ini tentunya secara tidak langsung dapat meningkatkan citra Indonesia sebagai negara yang peduli akan masyarakatnya sendiri. Usaha dengan jenis waralaba memberikan pertumbuhan ekonomi yang cukup besar bagi Indonesia, seperti usaha waralaba asing yang mengangkut tenaga kerja lokal dengan jumlah masif. Sehingga dengan adanya penyuluhan dan sistem pengecekan STPW tersebut, kita dapat menjadikan usaha waralaba menjadi lebih efektif dalam perlindungan hukum dan pelaksanaannya. Masyarakat sendiri juga dapat meningkatkan literasi melalui segala akses yang telah ada di internet, apabila jalur penyuluhan belum kerap terlaksana dari pihak penegak hukum.

### 3.2 Peranan Online Single Submission (OSS) Dalam Mendorong Integrasi Usaha Waralaba di Indonesia

Pasal 1 angka 12 PP No 35/2024 mendefinisikan OSS sebagai sistem elektronik terintegrasi yang dikelola dan diselenggarakan oleh suatu lembaga yang bernama Lembaga OSS untuk penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko. Kemudian, Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP No 28/2025) dalam Pasal 1 angka 22 menjelaskan bahwasanya yang dimaksud sebagai Lembaga OSS adalah sarana yang diciptakan oleh kementerian atau badan yang menjadi penyelenggara atas urusan pemerintahan dalam bidang investasi dan tugas pemerintahan dalam bidang koordinasi penanaman modal, dengan tujuan memudahkan para pelaku usaha dalam berbagai aspek melalui sistem yang terintegrasi. Beberapa contoh menteri yang mempunyai kewenangan untuk menjadi penyelenggara dalam sistem OSS sendiri adalah Menteri Perdagangan, Menteri Pariwisata, dan menteri teknis lainnya sesuai bidang usaha yang akan didaftarkan. Sebagai contoh, Menteri Pariwisata bertanggung jawab atas terbitnya Sertifikat Standar bagi para Perusahaan berbadan PT. Terbitnya Sertifikat Standar dan Nomor Induk Berusaha/NIB sendiri adalah salah satu persyaratan yang banyak dicantumkan oleh instansi. Melalui mekanismenya, OSS dibentuk dengan tujuan untuk memudahkan pendaftaran segala jenis usaha, termasuk usaha dengan bentuk waralaba yang menjadi objek dalam penelitian kali ini, serta untuk memberi persentase yang lebih rendah akan resiko gangguan bisnis yang timbul dari kompleksitas pengurusan perizinan secara konvensional, dalam rangka memberikan nilai-nilai efektivitas dan efisiensi kepada para pengusaha dalam mendaftarkan bisnisnya. Dengan hadirnya situs OSS dalam proses pendaftaran usaha, para pengusaha tidak perlu melewati birokrasi yang umumnya memakan waktu cukup lama dikarenakan antrian, keterbatasan sumber daya, dan hal-hal sejenis lainnya.

Dalam pelaksanaan peran OSS untuk usaha waralaba, Para Pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee*, diwajibkan untuk melakukan pendaftaran usaha mereka dengan tujuan untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), dengan mana mempunyai STPW adalah salah satu syarat krusial dari ketentuan penyelenggaraan usaha waralaba yang termaktub dalam Pasal 12 PP No 35/2024. Tahap pertama yang dapat dilakukan untuk mendaftarkan suatu usaha waralaba adalah dengan *franchisor* selaku pemberi waralaba mempersiapkan perjanjian

waralaba dan prospektus waralaba, dengan mana selanjutnya, agar *franchisee* juga turut mempunyai STPW yang sama adalah dengan melampirkan surat perjanjian mereka dan kemudian diikuti oleh pengisian formulir pendaftaran yang menyatakan bahwasanya *franchisee* merupakan seorang penerima waralaba dari *franchisor* tersebut. Hal inilah yang akan terlaksana secara prosedural melalui sistem elektronik OSS, dengan hanya melampirkan beberapa lampiran yang telah ditentukan dalam undang-undang dan kemudian hal-hal lainnya akan secara jelas tertampil dalam laman OSS tersebut. Merujuk dalam mekanisme tersebut, tentunya OSS dalam mendorong integrasi dan transparansi kegiatan usaha waralaba sudah searah dengan apa yang dicita-citakan oleh pemerintah ketika mereka memutuskan untuk membentuk situs OSS pada beberapa tahun silam. Hal ini dapat kita lihat dari bagaimana Para Pihak tidak perlu untuk datang secara langsung atau tatap muka ke lembaga-lembaga tertentu dikarenakan mereka sudah dapat terhubung hanya dengan situs OSS, segala proses verifikasi dilakukan secara dalam jaringan, dan atas segala permasalahan yang berkemungkinan untuk terjadi selama proses perizinan seperti ketidaksiharan informasi pun dapat diselesaikan melalui situs yang sama. Namun, dalam prosesnya untuk mencapai apa yang dicita-citakan tersebut, juga banyak percobaan dan kegagalan yang dilalui pemerintah dalam menerapkan situs OSS sendiri agar menjadi sistem yang terintegrasi dan penuh transparansi seperti saat ini.

Beberapa tahapan yang pada awalnya harus lebih diperhatikan adalah jaringan internet yang belum bekerja dengan baik secara menyeluruh di setiap daerah di Indonesia, diikuti dengan ketimpangan tatanan peraturan perundang-undangan yang mendasari berdirinya OSS sendiri. Permasalahan pertama ini dapat kita kaji dari data yang dijabarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Mereka menyatakan bahwasanya pada tahun 2018, pada awal dibentuknya sistem OSS, tingkat penetrasi internet hanya mencapai 64.80% dari persentase penuh atau 100%. Hal ini tentunya harus dipertanyakan mengenai bagaimana situs OSS akan terlaksana dengan baik apabila jaringan internet saja belum memiliki proses penetrasi yang baik bagi seluruh wilayah di Indonesia. Tetapi dalam hal ini, seiring berjalannya tahun, pemerintah terus menunjukkan peningkatan dalam proses penetrasi yang baik. APJII menyampaikan bahwa pada pertengahan tahun 2025, penetrasi internet sudah mencapai angka 80.66% dari persentase penuh, yang artinya dari 284.438.900 jiwa di Indonesia, 229.428.417 jiwa diantaranya sudah mempunyai internet yang terkoneksi dengan baik dan dapat digunakan dengan leluasa. Meskipun dalam faktanya hingga saat ini di Indonesia masih tersisa berjuta-juta jiwa juga yang belum mempunyai koneksi baik, setidaknya dalam proses dari tahun ke tahun sudah terdapat progres dalam penyelesaian permasalahan internet. Dalam permasalahan ini, pemerintah mungkin tetap dapat menghadirkan lembaga konvensional yang dapat ditemui secara luar jaringan oleh Para Pihak untuk mendaftarkan berkasnya, apabila mereka memutuskan untuk membangun suatu usaha waralaba pada daerah yang belum mengalami proses penetrasi internet yang baik tersebut.

Kemudian terkait permasalahan kedua, mengenai ketimpangan tatanan peraturan perundang-undangan yang mendasari berdirinya OSS, dapat kita lihat permasalahan ini melalui Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) Kinerja atas Efektivitas Peningkatan Daya Saing dan Penanaman Modal Tahun 2021-2022 yang dilakukan terhadap BKPM dan instansi terkait lainnya, dengan mana mereka menyatakan bahwasanya terdapat inharmonisasi Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP No 05/2021) dengan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang berkaitan erat dengan persyaratan dasar penerbitan perizinan berusaha, termasuk usaha dengan konsep waralaba. Kendati demikian, PP No 05/2021 tersebut saat ini sudah dicabut dengan kehadiran PP No 28/2025, sehingga ketimpangan peraturan perundang-undangan telah diperbaiki oleh instansi pemerintah secara keseluruhan substansinya. Meskipun untuk penerapan PP terbaru masyarakat tentunya membutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses transisi dari pengaturan PP lama kepada PP terbaru, yaitu PP No 28/2025, namun setidaknya sudah tercipta aturan yang lebih menjamin mekanisme integrasi dari sistem OSS sendiri. Pemerintah hanya perlu melakukan penyuluhan dengan lebih konsisten dan menyeluruh kepada para pemegang situs resmi OSS agar mereka dapat menyalurkan ilmu kepada para pengusaha yang masih berangan-angan terkait ketentuan PP terbaru. Kemudian melakukan penyuluhan secara langsung juga kepada masyarakat, entah melalui cara konvensional atau dengan membentuk suatu fitur-fitur yang lebih canggih dalam situs OSS yang menampilkan dasar hukum, tahap prosedur, atau bahkan sekedar istilah-istilah baru yang masih awam bagi para pengusaha tersebut. Melalui metode-metode seperti inilah, pemerintah dapat mengembangkan situs OSS menjadi suatu situs yang lebih sempurna dan teramat berguna dalam memudahkan pengusaha, terlebih dalam

konteks usaha waralaba yang umumnya sang *franchisee*/penerima masih cukup awam dalam mekanisme penyelenggaraan usaha.

#### 4. Kesimpulan

Perlindungan hukum dalam sektor waralaba di Indonesia sejatinya telah diatur dengan cukup komprehensif melalui PP No. 35 Tahun 2024 dan Permendag No. 71 Tahun 2019. Peraturan tersebut memberikan kerangka mengenai syarat-syarat waralaba, mekanisme perjanjian, serta kewajiban memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Namun demikian, dalam praktiknya masih banyak tantangan yang menghambat perlindungan hukum bagi para pelaku, seperti keterbatasan sarana hukum, minimnya penyuluhan dari instansi berwenang, rendahnya kesadaran masyarakat, serta mentalitas penegak hukum yang belum sepenuhnya konsisten dalam mengawal kepastian hukum. Akibatnya, banyak usaha waralaba, khususnya lokal, yang belum terdaftar secara resmi, dan salah satu pihak yang kerap dirugikan dalam perjanjian yang berat sebelah. Hadirnya sistem *Online Single Submission* (OSS) memberikan kemajuan dalam mendorong integrasi dan transparansi usaha waralaba. Melalui OSS, proses perizinan, termasuk pendaftaran STPW, dapat dilakukan secara lebih efisien. Pengusaha tidak perlu melalui birokrasi yang panjang karena seluruh mekanisme telah terintegrasi secara elektronik. Meski demikian, penerapan OSS juga menghadapi kendala, antara lain keterbatasan akses internet di beberapa wilayah serta inharmonisasi peraturan pada awal penerapannya. Pembaruan regulasi melalui PP No. 28 Tahun 2025 menjadi langkah penting dalam memperbaiki dasar hukum OSS. Dengan demikian, perlindungan hukum dan integrasi usaha waralaba di Indonesia masih membutuhkan upaya penguatan, meski tetap diperlukan sinergi antara pemerintah, penegak hukum, dan para pelaku untuk memperluas akses informasi, serta memperkuat pelaksanaan OSS agar mampu menghadirkan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan bagi seluruh pihak. Waralaba yang sehat dan terlindungi pada akhirnya akan berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kondisi usaha yang lebih transparan dan berkeadilan.

#### Referensi

1. Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba*, 2024. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/297489/pp-no-35-tahun-2024>
2. Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko*, 2025. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/319773/pp-no-28-tahun-2025>
3. Kementerian Keuangan Republik Indonesia, "Ekonomi Indonesia tumbuh 5,12% triwulan II 2025." *Kemenkeu.go.id*, Aug. 5, 2025. [Online]. Available: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ekonomi-Indonesia-Tumbuh-5.12-Triwulan-II-2025>
4. Hukumonline, "Teori perlindungan hukum menurut para ahli," *Hukumonline.com*, Sep. 30, 2022. [Online]. Available: <https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-1t63366cd94dcbc/?page=2>
5. Indonesia.go.id, "PP 28/2025 perkuat transformasi ekonomi nasional," *Indonesia.go.id*, Jun. 10, 2025. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/ekonomi-bisnis/9630/pp-28-2025-perkuat-transformasi-ekonomi-nasional?lang=1>
6. Majalah Franchise, "Sejarah dan pengertian franchise," *Majalahfranchise.com*, May 12, 2023. [Online]. Available: <https://majalahfranchise.com/sejarah-dan-pengertian-franchise/>
7. Sampoerna University, "Waralaba adalah: Pengertian, ciri, dan contoh menurut para ahli," *Sampoernauniversity.ac.id*, Oct. 9, 2023. [Online]. Available: <https://sampoernauniversity.ac.id/waralaba-adalah-pengertian-ciri-dan-contoh-menurut-para-ahli/>
8. Warta BPK, "Ketidaksiharan peraturan hambat penerbitan izin berusaha OSS," *Warta.bpk.go.id*, Dec. 6, 2023. [Online]. Available: <https://warta.bpk.go.id/ketidaksiharan-peraturan-hambat-penerbitan-izin-berusaha-oss/>
9. I. Yudani, "Pelaksanaan perizinan berusaha melalui Online Single Submission (OSS) oleh DPMPST Kabupaten Sukoharjo," *Jurnal Discretie*, vol. 2, no. 2, pp. 115–127, 2023. [Online]. Available: <https://jurnal.uns.ac.id/discretie/article/view/53611/pdf>
10. I. Setiawan, "Perlindungan hukum bagi franchisee dalam perjanjian waralaba yang tidak terdaftar (Studi Putusan Nomor 3/Pdt.G.S/2023/PN.JKT.UTR)," *Lex Patrimonium*, vol. 3, no. 2, 2024. [Online]. Available: <https://scholarhub.ui.ac.id/lexpatri/vol3/iss2/12/>
11. B. P. Christian, "Hukum perlindungan waralaba untuk mengamankan hak dan kewajiban dalam bisnis bersama," *Qistina: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, vol. 2, no. 2, pp. 1163–1178, Dec. 2023. [Online]. Available: <https://rayyanjournal.com/index.php/qistina/article/viewFile/939/pdf>
12. J. Claudia and U. Urbanisasi, "Tinjauan yuridis perjanjian waralaba menurut hukum positif di Indonesia," *Law, Development and Justice Review*, vol. 6, no. 2, pp. 94–110, 2023. [Online]. Available: <https://doi.org/10.14710/ldjr.6.2023.94-110>
13. Z. Aidi, "Perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba," *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*, 2019. [Online]. Available: <https://e-jurnal.stih-pm.ac.id/index.php/cendekiahukum/article/view/119>
14. N. S. Idrus, "Aspek hukum perjanjian waralaba (franchise) dalam perspektif hukum perdata dan hukum Islam," *Yuridis*, vol. 4, no. 1, pp. 28–45, 2017. [Online]. Available: <https://ejournal.upnvj.ac.id/Yuridis/article/view/125>
15. T. Rusli, "Analisis terhadap perjanjian waralaba (franchise) usaha Toko Alfa Mart," *Keadilan Progresif*, vol. 6, no. 1, 2015. [Online]. Available: <https://jurnal.ubl.ac.id/index.php/KP/article/view/561/0>