



Analisis Perlindungan Hukum Kontrak Waralaba di Indonesia

(Studi Kasus Kemitraan *Franchise* Indomaret)

Angga Prabowo

Fakultas Hukum Program Studi Kenotariatan Program Magister, Universitas Islam Indonesia

*Penulis korespondensi: 24921008@students.uii.ac.id

Abstract. *The franchise business model has experienced rapid growth in Indonesia, particularly in the food, beverage, and modern retail sectors, such as Indomaret. The franchise system provides efficient business expansion opportunities for franchisors and franchisees to participate in businesses that already have established operational standards and market reputations. However, behind this development, significant legal challenges have emerged, particularly related to the unequal position between franchisors and franchisees in franchise agreements. This study aims to analyze the forms of legal protection for franchisees by reviewing the principles of fairness, balance, and legal certainty in the implementation of franchise contracts. The approach used is a normative juridical method with a case study of the Indomaret franchise partnership, which is examined through an analysis of related laws and regulations, such as Government Regulation Number 42 of 2007 concerning Franchising and Regulation of the Minister of Trade Number 71 of 2019. The results of the study indicate that there is still asymmetry of power in contract drafting, weak legal literacy of franchisees, and a lack of government oversight of agreement implementation. Therefore, regulatory reform and strengthening of oversight mechanisms are needed to ensure that franchise relationships operate fairly, transparently, and sustainably.*

Keywords: *Franchise; Legal Protection; Business; Contract; Indomaret.*

Abstrak. Model bisnis waralaba telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia, khususnya dalam sektor makanan, minuman, dan ritel modern seperti Indomaret. Sistem waralaba memberikan peluang ekspansi bisnis yang efisien bagi franchisor sekaligus kesempatan bagi franchisee untuk berpartisipasi dalam usaha yang telah memiliki standar operasional dan reputasi pasar. Namun, di balik perkembangan tersebut, muncul tantangan hukum yang signifikan, terutama terkait ketimpangan kedudukan antara franchisor dan franchisee dalam perjanjian waralaba. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi franchisee dengan meninjau prinsip keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum dalam pelaksanaan kontrak waralaba. Pendekatan yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan studi kasus kemitraan franchise Indomaret, yang dikaji melalui analisis terhadap peraturan perundang-undangan terkait, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat asimetri kekuasaan dalam penyusunan kontrak, lemahnya literasi hukum franchisee, serta kurangnya pengawasan pemerintah terhadap pelaksanaan perjanjian. Oleh karena itu, diperlukan reformasi regulasi dan penguatan mekanisme pengawasan untuk memastikan hubungan waralaba berjalan secara adil, transparan, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Waralaba; Perlindungan Hukum; Bisnis; Kontrak; Indomaret.

1. PENDAHULUAN

Model bisnis waralaba (*franchise*) di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam sektor makanan, minuman, dan ritel modern. Industri waralaba menyumbang peluang bagi individu maupun UMKM untuk memasuki pasar usaha dengan risiko relatif lebih terkendali dan sistem yang sudah berjalan (data AFI, 2021; sektor makanan/minuman 58,37 %). Namun, seiring dengan ekspansi ini, muncul pula tantangan hukum yang kompleks, khususnya terkait penyusunan kontrak waralaba, keseimbangan hak-kewajiban antara franchisor dan franchisee, serta kepastian hukum dalam hubungan kemitraan waralaba.

Dalam konteks sistem ekonomi modern, hukum kontrak waralaba berfungsi bukan hanya sebagai alat formal tetapi juga sebagai mekanisme untuk memastikan keadilan distributif dan kepastian hukum bagi para pelaku bisnis. Kontrak waralaba menjadi instrumen yang mengikat pihak-pihak, menetapkan hak dan kewajiban, serta mengatur aspek-aspek seperti dukungan operasional franchisor, penggunaan merek dagang, pembagian keuntungan, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap franchisee sangat penting—terutama bagi pelaku UMKM yang mungkin memiliki posisi tawar lebih lemah dan literasi hukum yang terbatas.

Di Indonesia, regulasi waralaba telah diperbarui melalui Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba (GR 35/2024) yang menggantikan PP No. 42/2007. Regulasi baru ini memperjelas kategori pihak waralaba, persyaratan bagi franchisor dan franchisee, serta kewajiban pengungkapan informasi (prospektus) minimal 14 hari sebelum kontrak ditandatangani.

Meskipun demikian, implementasi di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat ketimpangan dalam penyusunan perjanjian waralaba, terutama yang dilakukan oleh franchisee UMKM yang kurang memiliki akses atau pemahaman terhadap klausul kontrak, hak-hak yang seharusnya dijamin, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil.

Kasus kemitraan jaringan Indomaret yang ekspansinya sangat besar di Indonesia (jumlah gerai > 22.000 pada 2024) memperlihatkan bahwa meskipun model waralaba menawarkan peluang besar, franchisee sering menghadapi hambatan dalam memahami klausul kontrak waralaba, pengawasan pelaksanaan waralaba, dan dukungan dari franchisor maupun regulator. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada bagaimana konsep perlindungan hukum dalam kontrak waralaba di Indonesia diterapkan dalam praktik dan sejauh mana regulasi terbaru mampu menjawab tantangan yang ada.

Penelitian ini akan meninjau unsur-unsur kontrak waralaba yang ideal (seperti hak dan kewajiban para pihak, masa kontrak, jaminan/franchisor support, mekanisme penyelesaian sengketa), dan melihat kelemahan serta persoalan praktiknya di lapangan. Tujuannya untuk memberikan rekomendasi agar waralaba di Indonesia tidak hanya menjadi instrumen ekspansi bisnis tetapi juga instrumen perlindungan hukum yang adil, seimbang, dan berkelanjutan..

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yang bertujuan untuk menganalisis norma-norma hukum yang berlaku terkait perlindungan hukum dalam kontrak waralaba di Indonesia. Metode ini berfokus pada studi kepustakaan dengan menelaah peraturan

perundang-undangan, dokumen kontrak, serta literatur hukum yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder, Metode yuridis normatif ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis aspek hukum dari kontrak waralaba, yang merupakan fokus utama dari penelitian ini. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum waralaba di Indonesia, khususnya dalam hal perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar yang Ideal bagi bisnis waralaba dalam perspektif hukum kontrak dan Unsur Kontrak Waralaba

Asas kebebasan

Dalam mengadakan kontrak waralaba meliputi bebas dengan siapa mengadakan perjanjian waralaba, bebas tentang apa yang diperjanjikan dan bebas menetapkan syarat-syarat perjanjian. Kebebasan berkontrak ini merupakan asas yang mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam hubungan kontraktual. Asas kebebasan berkontrak juga merefleksikan asas konsensualisme. KUHPdata Pasal 1338 Ayat 1 menyatakan bahwa — semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Payung hukum yang melindungi bisnis waralaba hendaknya memberikan keleluasaan kepada para pihak untuk mengatur sendiri pola hubungan hukumnya dengan tetap mengacu pada rambu-rambu hukum seperti memenuhi syarat sahnya perjanjian, tidak dilarang undang-undang, dilaksanakan dengan itikad baik. Berdasarkan Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba harus memberikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar.

pemutusan perjanjian Selanjutnya Pasal 6 bahwa perjanjian waralaba dapat memuat klausul pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk waralaba lain. Klausula yang ditetapkan dengan norma hukum tersebut tetap memberikan kebebasan kepada pemberi waralaba dan penerima waralaba berdasarkan asas kebebasan berkontrak sepanjang dapat memenuhi kepentingan masing-masing pihak secara proporsional.

Asas menjamin

Perlindungan bagi kelompok-kelompok ekonomi lemah. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki orang perorangan atau badan usaha dengan menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKKI) mempunyai beberapa jenis tingkatannya. Para pemegang waralaba

(franchisor) yang sedang berkembang marketnya terdiri dari kelompok ekonomi lemah yang mempunyai modal terbatas. Norma hukum dalam lingkup waralaba idealnya memberikan jaminan perlindungan bagi kelompok tersebut. Jaminan perlindungan bagi kelompok ekonomi lemah dapat di lihat pada Pasal 17 Keputusan Menteri Perindag Nomor 259 Tahun 1997 menyebutkan bahwa franchisor mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagaimana franchisee atau franchisee lanjutan.

Asas Itikad Baik

Dalam bisnis waralaba dapat diartikan bahwa perjanjian waralaba dilaksanakan menurut kepatutan dan keadilan. Wiryono Projodikoro membagi itiked baik menjadi dua macam yaitu itiked baik pada waktu mulai berlakunya dan itikad baik pada waktu pelaksanaan hak dan kewajiban(Wiryono Projodikoro : 1992 : hlm 56). Bisnis waralaba memiliki ciri khas usaha seperti makanan siap saji, restoran, minuman ringan kemasan botol, barang elektronik, agen perjalanan dan lain-lain berdasarkan ketentuan hukum harus mempunyai hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar merupakan perwujudan perlindungan hak cipta tentunya diiringi dengan itikad baik pemegang hak dengan keterangan yang benar kepada franchisee bahwa tujuan waralaba adalah untuk membantu perekonomian rakyat. Penerima waralaba secara patut dan adil dapat menjalankan bisnis tersebut dan tidak terkunci kedalam praktik bisnis tertentu.

Unsur-Unsur Kontrak Waralaba

Adanya suatu perjanjian yang disepakati

Dengan memperhatikan pengertian perjanjian waralaba sebagaimana dikemukakan di atas, maka unsur-unsur yang dapat disimpulkan adalah : Waralaba sebagai suatu sistem bisnis dilakukan dengan adanya perjanjian antara para pihak. Perjanjian waralaba ini dibuat oleh para pihak, yaitu pihak Pemberi Waralaba dan pihak Penerima Waralaba yang keduanya berkualitas sebagai subyek hukum, baik sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. Pihak Pemberi Waralaba sebagai pihak yang memberikan hak waralaba franchise sementara pihak Penerima Waralaba merupakan pihak yang diberikanmenerima hak waralaba tersebut. Kesepakatan ini menjelaskan secara rinci mengenai segala hak, kewajiban dan tugas dari Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Demi menjamin kepastian hukum, sebaiknya perjanjian waralaba dibuat dihadapan pejabat yang berwenang Notaris. 51 Juajir S., Loc.Cit, hal. 44-47. Universitas Sumatera Utara.

Adanya pemberian hak dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba

Untuk memproduksi dan memasarkan produk dan atau jasa Dalam hal ini Penerima Waralaba berhak menggunakan nama, cap dagang dan logo milik Pemberi Waralaba yang sudah lebih dahulu dikenal dalam dunia perdagangan. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu.

Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu

Dalam hal ini Pemberi Waralaba memberi hak kepada Penerima Waralaba untuk menggunakan nama, merek dagang dan logo dari usahanya kepada Penerima Waralaba terbatas pada tempat dan waktu yang telah diperjanjikan dalam perjanjian yang telah mereka buat bersama.

Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari Penerima Waralaba kepada Pemberi Waralaba

Regulasi Waralaba di Indonesia

Industri waralaba telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di banyak negara, termasuk di Indonesia. Waralaba memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperluas jaringan bisnisnya dengan cara memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek, sistem, dan konsep bisnis yang telah terbukti sukses. Namun, dalam menjalankan bisnis waralaba, terdapat beberapa hukum dan regulasi yang perlu diperhatikan. Undang-Undang Waralaba Di Indonesia, waralaba diatur oleh Undang-Undang No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Undang-undang ini mengatur tentang hak dan kewajiban para pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba, termasuk pemegang waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Undang-undang ini juga mengatur tentang perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba.

Prosedur Pendaftaran Untuk menjalankan bisnis waralaba di Indonesia, franchisor perlu melakukan pendaftaran merek dagang dan sistem waralabanya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pendaftaran ini bertujuan untuk melindungi hak kekayaan intelektual franchisor dan mencegah praktik waralaba ilegal. Pembayaran Royalti Salah satu aspek penting dalam bisnis waralaba adalah pembayaran royalti. Royalti adalah biaya yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor sebagai imbalan atas penggunaan merek, sistem, dan konsep bisnis yang dimiliki oleh franchisor. Besarannya biasanya disepakati dalam perjanjian waralaba antara kedua belah pihak. Perlindungan Konsumen Undang-Undang Waralaba juga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan produk atau layanan dari bisnis waralaba. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai

produk atau layanan yang mereka beli, termasuk mengenai merek, harga, dan kualitas produk atau layanan tersebut.

Sengketa Waralaba Apabila terjadi sengketa antara franchisor dan franchisee, Undang-Undang Waralaba menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa melalui mediasi atau arbitrase. Hal ini bertujuan untuk mencapai penyelesaian yang adil dan menghindari proses peradilan yang memakan waktu dan biaya. Hukum dan regulasi terkait industri waralaba sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba. Dengan mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, para pelaku usaha dapat menjalankan bisnis waralaba secara aman dan menguntungkan.

Berdasarkan analisis kasus putusan Mahkamah Agung No. 2787 K/Pdt/2012, perlindungan hukum bagi franchisee sangat penting dalam menghadapi perjanjian franchise yang tidak sah. Kasus tersebut menunjukkan bahwa franchisee memiliki hak untuk mengajukan tuntutan ganti rugi dan mencari pemulihan atas kerugian yang diderita akibat pelanggaran kontrak oleh franchisor. Opsi pembatalan kontrak juga menjadi penting bagi franchisee dalam menghadapi ketidakpatuhan atau pelanggaran kontrak oleh franchisor, karena memberikan kebebasan bagi franchisee untuk keluar dari perjanjian yang merugikan dan mencari alternatif yang lebih menguntungkan. Peran pengadilan dalam menyelesaikan sengketa antara franchisee dan franchisor terkait pelanggaran hak kekayaan intelektual (HaKI), seperti pelanggaran merek dagang, juga sangat signifikan. Putusan Mahkamah Agung menegaskan bahwa sengketa HaKI merupakan sengketa di bidang hukum publik yang memerlukan putusan pengadilan sebagai bukti untuk membuktikan pelanggaran. Ini menunjukkan perlunya peran pengadilan yang efisien, transparan, dan memberikan kepastian hukum kepada franchisee.

Namun, meskipun perlindungan hukum tersedia, terdapat tantangan dalam memberikan perlindungan yang efektif bagi franchisee. Salah satu tantangan utamanya adalah kesulitan dalam mengumpulkan bukti yang memadai untuk membuktikan pelanggaran kontrak atau pelanggaran HaKI oleh franchisor. Oleh karena itu, langkah-langkah seperti penyediaan bantuan hukum, dukungan ahli, atau pedoman praktis dapat membantu franchisee dalam menghadapi sengketa hukum dan mengumpulkan bukti yang memadai. Secara keseluruhan, perlindungan hukum bagi franchisee perlu diperkuat melalui peningkatan kesadaran hukum franchisee mengenai hak-hak mereka, kepatuhan pihak franchisor terhadap ketentuan hukum, peran yang kuat dari pengadilan dalam menyelesaikan sengketa, serta upaya untuk memfasilitasi franchisee dalam mengumpulkan bukti yang memadai. Beberapa saran untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi franchisee dalam perjanjian franchise yang

tidak sah: Diperlukan peningkatan kesadaran hukum bagi franchisee mengenai hak-hak dan kewajiban mereka dalam perjanjian franchise.

Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan informasi yang jelas dan transparan tentang kontrak franchise, termasuk hak pembatalan kontrak dan hak ganti rugi. Pihak franchisor perlu mematuhi ketentuan hukum yang berlaku dan memastikan bahwa perjanjian franchise yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini akan mengurangi risiko pelanggaran kontrak dan meningkatkan kepercayaan franchisee terhadap bisnis waralaba. Penting untuk memperkuat peran pengadilan dalam menyelesaikan sengketa antara franchisee dan franchisor terkait pelanggaran HaKI, Sistem peradilan harus efisien, transparan, dan dapat memberikan kepastian hukum kepada franchisee. Diperlukan langkah-langkah untuk memfasilitasi franchisee dalam mengumpulkan bukti yang memadai untuk membuktikan pelanggaran kontrak atau pelanggaran HaKI oleh franchisor. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan bantuan hukum, dukungan ahli, atau pedoman praktis yang memudahkan franchisee dalam menghadapi sengketa hukum.

Studi Kasus Sengketa Franchise

Franchise merupakan sebuah bentuk kerjasama yang erat antara franchisee (penerima waralaba) dengan franchisor (pemberi waralaba) dalam menjalankan suatu usaha. Namun, seringkali terjadi konflik antara keduanya yang berujung pada perselisihan hukum. Berikut adalah contoh kasus hukum yang melibatkan franchisee dan franchisor. Salah satu contoh kasus hukum franchise adalah ketika franchisor mengubah ketentuan kontrak tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada franchisee. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan dan perselisihan antara kedua belah pihak. Franchisee mungkin merasa bahwa perubahan tersebut merugikan dan melanggar hak-haknya sebagai mitra bisnis.

Dalam praktiknya, meskipun bisnis waralaba/franchise memiliki reputasi sebagai model bisnis yang memiliki resiko rendah, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan penerima waralaba/franchisee, salah satunya adalah memilih waralaba/franchise yang sesuai untuk menghindari permasalahan yang mungkin akan terjadi. Salah satu contoh permasalahan yang dapat timbul antara lain: pemberi waralaba/franchiser tidak memenuhi kewajibannya, seperti tidak membuka bisnis waralaba meskipun penerima waralaba/franchisee telah membayarkan biaya waralaba/franchise fee, pemberi waralaba/franchiser yang belum mendaftarkan merek dagangnya dan belum memiliki izin sebagai penyelenggara waralaba, hingga keuntungan waralaba yang tidak sesuai dengan janji pemberi waralaba/franchise.

4. KESIMPULAN

Perjanjian waralaba merupakan instrumen hukum yang vital dalam mengatur hubungan bisnis antara franchisor dan franchisee. Dalam konteks hukum Indonesia, meskipun telah terdapat regulasi seperti Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019, perlindungan hukum terhadap para pihak, khususnya franchisee, masih menghadapi berbagai tantangan. Pertama, banyak pelaku UMKM tergiur untuk bergabung dalam skema waralaba tanpa memahami secara mendalam hak dan kewajiban hukum yang melekat dalam kontrak, yang kemudian berujung pada kerugian. Kedua, maraknya perjanjian yang disusun secara tidak seimbang—sering kali menguntungkan pihak franchisor—berpotensi menimbulkan sengketa kontraktual, baik secara perdata maupun melalui jalur arbitrase. Ketiga, urgensi untuk meninjau kembali struktur kontrak waralaba dan memberikan standar baku dalam penyusunan klausul perlindungan menjadi sangat penting guna menjaga prinsip keadilan, proporsionalitas, dan kepastian hukum.

DAFTAR PUSATAKA

- Baker McKenzie InsightPlus. (2024, September 13). Indonesia: The government is imposing stricter requirements for franchise arrangements. Baker McKenzie InsightPlus. <https://insightplus.bakermckenzie.com>
- Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia. (2023). Peraturan Menteri Keuangan No. 168 Tahun 2023 tentang penghasilan. <https://www.pajak.go.id>
- Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia. (2025). Peraturan perpajakan – PER-32/PJ/2025 tentang tarif Pasal 17 Ayat (1). <https://www.pajak.go.id>
- Fakultas Hukum Universitas Pattimura. (2025). Legal certainty in international franchising: A comparative study between Indonesia and Singapore. SASI, 31(3), 283–295. <https://fhukum.unpatti.ac.id/jurnal/sasi>
- Fatkhurrohman, S., Nursobah, A., & Muhaini, A. (2025). Dimensi Maqashid al-‘Adl dalam Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba. Al-Sulthaniyah: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah, 14(1). <https://journal.iaisambas.ac.id>
- IJEVSS. (2023). Juridical review of the importance of a franchise registration. International Journal of Economics, Vocational and Social Studies (IJEVSS). <https://e-journal.citakonsultindo.or.id>
- Jamin, I., Kencanawati, E., & Suasungnern, S. (2025). Legal protection of franchisees for franchisor’s actions. Journal Evidence of Law, 4(1), 170–183. <https://jurnal.erapublikasi.id>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2007). Peraturan Menteri Keuangan No. 8 Tahun

- 2007 tentang ketentuan perpajakan. <https://www.pajak.go.id>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). PMK-58/PMK.03/2022 tentang pengaturan pajak penghasilan. <https://www.pajak.go.id>
- Nafri, M., Maisa, & Mantopo. (2025). Juridical review of the protection of intellectual property rights in franchise agreement. *Sinergi International Journal of Law*. <https://journal.sinergi.or.id>
- NO&KT IP Law. (2025, February 26). New franchise regulatory framework (Indonesia). NO&KT IP Law Update. <https://noandt.com>
- Nugroho, M. C. (2023). Legal protection jurisdiction of franchise business in Indonesia. *Qistina: Jurnal Pascasarjana*, 8(2). <https://rayyanjurnal.com>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2023). Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2023 tentang perpajakan nasional. <https://www.pajak.go.id>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024). Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2024 tentang waralaba. <https://peraturan.go.id>
- ResearchGate. (2020). Legal regulation and protections for the parties in the franchise business agreements in Indonesia. <https://www.researchgate.net>
- Senjaya, P., Harjono, D. K., & Betlehn, A. (2024). Protection of the brand rights of the franchisor in the franchise agreement. *International Journal of Social & Political Leadership (IJOSPL)*, 5(1). <https://ijospl.org>
- SSEK Legal Consultants. (2024, October 17). New rules for franchising in Indonesia: What you need to know about Government Regulation No. 35 of 2024. SSEK Blog. <https://ssek.com>
- Sudjanto, B. K., & Djajaputra, G. (2024). Franchise agreement as legal protection for franchise business actors in Indonesia. *Return: Study of Management, Economic and Business*, 3(12), 1068–1078. <https://www.researchgate.net>
- Tilleke & Gibbins. (2025, August 25). The impact of recent franchise regulation changes in Indonesia. Tilleke & Gibbins Insights. <https://www.tilleke.com>
- Widyawan & Partners. (2024). 10 things to note about Indonesia's new franchise regulations. WNPLaw Insight. <https://www.wnplaw.com>