



ANALISIS YURIDIS PERJANJIAN KERJASAMA WARALABA DENGAN MITRA USAHA ES TEH ANAK NEGERI MENURUT HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

Norhayati

Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

e-mail: octvyt.0205@gmail.com

Received 20-11-2023 | Received in revised form 02-12-2023 | Accepted 06-12-2023

Abstract

A franchise agreement is an agreement between the Franchisor and the Franchisee which gives the Franchisee the right to run a business using intellectual property rights, inventions, or characteristics of the Franchisor's business with certain compensation and conditions determined by the Franchisor. In this research, the focus is the evaluation of the Anak Negeri Ice Tea franchise agreement from the perspective of positive law and Islamic law. This research applies prescriptive normative legal methods in analyzing law as the object of research. Data was collected through library research, and the analysis was qualitative descriptive using a deductive approach based on relevant concepts or theories. The results of the research reveal several things: First, according to the positive law of the Civil Code, the Anak Negeri Ice Tea franchise business agreement faces deficiencies in the contents of the contract because it does not regulate sanctions for franchisees (franchise recipients) who violate it. This deficiency raises questions about the legal validity of the agreement. Second, the franchisee's actions in reselling the Es Teh Anak Negeri trademark could be considered a form of monopoly or a violation of unfair business competition law according to the Trade Code. Third, the actions of the Es Teh Anak Negeri franchisee in duplicating intellectual property rights by reselling the trademarks that have been purchased can be considered an unfair act or a form of injustice.

Keywords: Agreement, Franchise, Positive Law, Islamic Law

Abstrak

Perjanjian waralaba (franchise) adalah kesepakatan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang memberi Penerima Waralaba hak untuk menjalankan bisnis menggunakan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha Pemberi Waralaba dengan imbalan tertentu dan syarat-syarat yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah evaluasi perjanjian waralaba Es Teh Anak Negeri dari sudut pandang hukum positif dan hukum Islam. Penelitian ini menerapkan metode hukum normatif yang bersifat preskriptif dalam menganalisis hukum sebagai objek penelitiannya. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan (library research), dan analisisnya bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan deduktif berdasarkan konsep atau teori yang relevan. Hasil penelitian mengungkap beberapa hal:

Pertama, menurut hukum positif KUHPerdara, perjanjian bisnis waralaba Es Teh Anak Negeri menghadapi kekurangan dalam isi kontrak karena tidak mengatur sanksi bagi franchisee (penerima waralaba) yang melanggar. Kekurangan ini memunculkan pertanyaan akan keabsahan hukum perjanjian tersebut. Kedua, tindakan franchisee yang menjual kembali merek dagang Es Teh Anak Negeri dapat dianggap sebagai bentuk monopoli atau pelanggaran hukum persaingan usaha yang tidak sehat menurut KUHDagang. Ketiga, tindakan franchisee Es Teh Anak Negeri yang menggandakan hak kekayaan intelektual dengan menjual kembali merek dagang yang telah dibeli dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak adil atau sebagai bentuk kezaliman.

Kata Kunci: Pejanjian, Waralaba, Hukum Positif, Hukum Islam

PENDAHULUAN

Islam dianggap sebagai agama yang unggul di antara semua agama di dunia karena kesempurnaannya.¹ Agama ini mencakup seperangkat peraturan yang mengatur segala aspek kehidupan, mulai dari ibadah kepada Allah SWT hingga urusan dunia seperti bermuamalah. Islam memiliki konsep bisnisnya sendiri. Islam juga mengatur konsep *syirkah* atau kerja sama dalam perdagangan. *Syirkah* berarti kerja sama antara dua orang atau lebih untuk berbisnis atau tentang harta kekayaan.²

Bagi individu Muslim, *mu'amalah* adalah sebagian dari kehidupan di dunia yang memfasilitasi pengembangan usaha dan penciptaan inovasi sesuai dengan evolusi zaman. Namun, kebebasan dalam berbisnis dan bermitra tetap terikat pada prinsip-prinsip Islam yang menegaskan pentingnya mengedepankan kebaikan serta menghindari segala yang dapat menimbulkan kerugian.³ Semakin berkembangnya zaman maka memunculkan ide-ide bisnis baru dengan berbagai mekanisme serta sistem pemasaran untuk memperluas kegiatan bisnis. Secara umum, bisnis diartikan sebagai aktivitas komersial yang terjadi secara teratur dan berkesinambungan oleh individu atau kelompok, termasuk penyediaan barang atau jasa serta penawaran barang tersebut untuk dijual, ditukar, atau disewakan

¹ Fuadi, "STUDI ISLAM (ISLAM EKSKLUSIF DAN INKLUSIF)."

² Ghufron and Fahmiyah, "KONSEP WARALABA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1 January 2019 Page 130-147 Hlm. 143.

³ *Syirkah* dikaji dalam kitab-kitab fiqh karya ulama baik mutaquadimin maupun mutaakhirin (kontemporer). Diantara ulama mutaquadimin yang membahas bab *syirkah* adalah para imam mazhab seperti Abu Hanifah (80H - 150H), Imam Malik (93H - 179H) (150H - 204H) dan Imam Hambali (164H - 241H) "Susanto - PENDAPAT AL-MAZÂHIB TENTANG BENTUK SYIR.Pdf."

dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu pendekatan yang tengah populer saat ini adalah melalui pengelolaan bisnis menggunakan sistem waralaba (*franchise*) baik dari sektor industri maupun kuliner.⁴

Usaha waralaba (*Franchise*) yang bergerak di bidang sektor kuliner minuman yang sedang berkembang dan populer tahun-tahun ini adalah Es Teh, banyak sekali jenis Es Teh ada Es Teh Poci, Es Teh Nusantara,⁵ Akan tetapi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Waralaba Es Teh Anak Negeri yaitu salah satu *brand* minuman yang saat ini sedang naik daun yang tidak hanya memiliki daya tarik dari segi rasa nya yang bervariasi. tetapi juga menarik minat calon pewaralaba dalam bekerja sama di waralabanya tersebut. Bentuk kerja sama yang ditawarkan kemitraan Es Teh Anak Negeri adalah *franchise* Mandiri, yang mana pewaralaba membeli merk dagang dari Es Teh Anak Negeri dengan harga Rp 4.000.000,00 (Empat juta rupiah) Sudah *include* dengan stand, bahan, peralatan dll, siap jual.⁶ Hal tersebut termuat didalam kontrak kemitraan Es Teh Anak Negeri. Kontrak tersebut juga menjelaskan tentang Hak dan kewajiban pewaralaba yaitu, melisensikan HAKI dan memberikan merek atau nama dagang kepada pewaralaba, sedangkan hak dan kewajiban waralaba adalah menggunakan instruksi pewaralaba, atribusi royalti, dan menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual yang dilisensikan, juga dilarang memperjualbelikan merk dagang, Namun didalam kontrak Kemitraan tidak termuat sanksi apabila salah satu pihak lalai atau terjadi wanprestasi padahal didalam dasar hukum tentang merek, Apabila Salah satu pihak atau kedua belah pihak telah melanggar hal yang termuat didalam Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016, maka akan dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda sebesar Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Situasi tersebut menimbulkan keprihatinan terkait potensi perkembangan waralaba di Indonesia yang bisa berujung pada dominasi pasar secara monopoli. Adanya

⁴ Ghufroon and Fahmiyah, "KONSEP WARALABA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM."

⁵ Berdasarkan Hasil observasi yaitu mengamati berbagai stand yang sedang marak berkembang saat ini dan hampir tiap kilometer ada berbagai jenis Es Teh dengan merk yang berbeda

⁶ Berdasarkan isi kontrak kemitraan Es Teh Anak Negeri Pasal 2 Ayat 1 tentang biaya dan cara pembayaran

ketidakjelasan dan ketidaksesuaian kontrak dari kemitraan Es Teh Anak Negeri, sehingga menimbulkan sebuah kasus dimana seorang dengan inisial TM, ia merupakan seorang pewaralaba yang membeli merk dagang dari kemitraan Es Teh Anak Negeri tetapi menjual kembali merk dagang yang dibelinya.⁷ Dari permasalahan ini, kemungkinan mengarah kepada sistem permonopolian dagang, Meski sudah ada payung hukum tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (KUH Dagang).⁸

Pembahasan

Waralaba pertama kali dikenalkan pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, yang berusaha meningkatkan distribusi mesin jahitnya. Meskipun upayanya tidak berhasil, dia menjadi orang pertama yang memperkenalkan model bisnis waralaba di AS. Langkah ini kemudian diikuti oleh para pewaralaba lain yang lebih sukses, termasuk John S Pemberton, pendiri Coca Cola. Saat ini, waralaba didominasi oleh restoran cepat saji, dimulai sejak tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka usaha sejenis. Pada tahun 1935, Howard Deering Johnson dan Reginald Sprague bermitra untuk mengelola bisnis restoran modern. Ide mereka memungkinkan mitra mereka menggunakan nama, makanan, persediaan, logo, dan desain yang sama dengan membayar sejumlah tertentu. Bisnis ini berkembang dan mengalami penyempurnaan, terutama pada tahun 1950-an, yang kemudian dikenal sebagai waralaba format bisnis atau waralaba generasi kedua. Pertumbuhan sistem waralaba yang cepat, khususnya di AS, membuatnya populer sebagai sistem bisnis di berbagai sektor, mencapai 35 persen dari keseluruhan bisnis ritel di negara tersebut.

Menurut penjelasan yang terdapat dalam buku "*Franchising: Panduan Praktis untuk Franchisor dan Franchisee*" karya Martin Mandelson, waralaba sebagai model bisnis terjadi ketika seseorang (pemberi waralaba) memberikan izin kepada pihak lain (penerima

⁷ Berdasarkan hasil Wawancara bertempat di jalan manarap baru pada stand Es Teh Anak Negeri beliau berkata "*Saya membeli tidak langsung ke pusatnya karena memang saya tidak tau dan tidak paham jadi saya membelinya dengan inisial TM*" tanggal 31 Desember 2022.

⁸ Sitompul, Syaparudin, and Suranta, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN FRANCHISE," hlm.146.

waralaba), memberi kesempatan kepada penerima waralaba untuk mengoperasikan bisnis menggunakan merek dagang atau nama bisnis yang dimiliki oleh pemberi waralaba. Proses ini juga melibatkan penyediaan paket komprehensif yang mencakup semua elemen yang dibutuhkan untuk melatih individu yang mungkin tidak berpengalaman dalam bidang bisnis dan membantu mereka dalam menjalankannya dengan bimbingan berkelanjutan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan sebelumnya.

Waralaba (*Franchisee*) dapat dipahami dari dua perspektif, yaitu yuridis dan bisnis. Pengertian waralaba dari segi yuridis dapat dilihat dalam peraturan perundang-undangan, berbagai pandangan, dan pendapat para ahli. Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, Waralaba (*Franchise*) diartikan sebagai: “*Hak khusus yang dimiliki individu atau badan usaha atas sistem bisnis yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba*”. Dalam konteks bisnis waralaba memiliki kriteria utama yaitu waralaba produk dan merek dagang melibatkan memberikan izin kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang telah diciptakan oleh pemberi waralaba, sambil memberikan hak penggunaan merek dagang yang dimiliki oleh pemberi waralaba. Biasanya, pemberi waralaba menerima pembayaran royalti di awal, dan setelahnya, mereka memperoleh keuntungan (disebut juga royalti berjalan) dari penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Dalam situasi yang sederhana, waralaba produk dan merek dagang sering kali menggunakan model keagenan, distribusi, atau lisensi penjualan.⁹

Pada Perjanjian kerjasama waralaba termasuk kedalam kategori *Musyarakah Syirkah* yaitu kerjasama dalam usaha bisnis atau perdagangan bersama dalam dunia modern disebut *joint venture*. Mengutip dari Zuhaily (1989: 792-793), perspektif lain tentang *musyarakah* adalah sebagai perjanjian kerjasama antara minimal dua pihak untuk melakukan aktivitas bisnis tertentu. Dalam konteks ini, setiap pihak memberikan sumbangan modal, dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan

⁹ Gunawan Widjaja, *Waralaba Seri Hukum Bisnis*, hlm.14.

didistribusikan bersama sesuai dengan perjanjian tersebut. Seperti halnya *mudharabah*, *musyarakah* juga merupakan bentuk kolaborasi atau usaha yang melibatkan kepemilikan modal atau keahlian untuk menjalankan jenis usaha yang sesuai dengan prinsip kehalalan dan produktivitas. Perbedaannya terletak pada metode pembagian laba dan rugi, serta sejauh mana peserta terlibat dalam operasional bisnis.¹⁰

Hasil Penelitian

Hasil penelitian mengungkap beberapa hal, Pertama menurut hukum positif KUHPerdara, perjanjian bisnis waralaba Es Teh Anak Negeri terdapat kekurangan dalam isi kontrak karena tidak mengatur sanksi bagi *franchisee* (penerima waralaba) yang melanggar sehingga dapat dikatakan pada perjanjian kerjasama waralaba Es Teh Anak Negeri tidak memenuhi unsur perjanjian dan tidak berkekuatan hukum. Sehingga *Franchisee* yang menjual kembali merk dagang tidak bisa dikatakan mendapat sanksi hukum karena kesalahan terletak pada isi kontrak yang tidak jelas, sedangkan menurut hukum islam akad yang digunakan pada transaksi waralaba adalah akad *syirkah* yaitu boleh. Namun pada tindakan *franchisee* Es Teh Anak Negeri menggandakan hak kekayaan intelektual dengan menjual kembali merek dagang yang telah dibeli menurut hukum islam dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak adil atau sebagai bentuk kezaliman sesuai dengan Dalil Al-Qur'an (Q.S Shad Ayat 24), Hadits (HR. Abu Daud & HR. Ad-Daraquthni), Fatwa DSN MUI yaitu pemikiran Ulama Kontemporer.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sifat Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian hukum normatif atau yuridis normatif, dengan penekanan pada perspektif internal dalam upaya menginvestigasi dan menilai ketentuan hukum yang relevan.¹¹ Kajian hukum normatif memandang hukum sebagai obyek kajian, khususnya

¹⁰ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*, (Bogor: Graha Indonesia, 2017) hlm.151.

¹¹ "Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum - Prof. Dr. I Made Pasek Diantha, S.H., M.S - Google Buku," hlm.12.

sifat ilmu sebagai ilmu pengetahuan bersifat normatif, sehingga tujuan kajian hukum sebagai obyek kajian adalah untuk membuat peraturan tentang apa yang harus mengikuti hukum. Objek penelitian adalah standar hukum.¹² Penelitian hukum normatif yang dimaksud peneliti adalah berupa persoalan mengenai ketentuan hukum perjanjian kerjasama waralaba Es Teh Anak Negeri.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan tinjauan hukum baik dari segi hukum positif merujuk pada Hukum Perjanjian, KUH Dagang, KUH Perdata, Peraturan Pemerintah tentang waralaba, Peraturan menteri sedangkan hukum islam berkaitan dengan Al-Qur'an, Dalil-dalil, juga pendapat dan pandangan para pakar ulama fiqh berkenaan bisnis waralaba bidang *franchise*.

Data & Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber hukum primer yaitu berupa Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, Hukum Perjanjian, KUH Dagang (UU No 5 Tahun 1999) tentang larangan praktik monopoli serta persaingan usaha secara tidak sehat, KUH Perdata (Pasal 1338 Ayat 1) dalam bentuk perjanjian atau kontrak kesepakatan kemitraan. Bahan hukum primer merujuk pada sumber-sumber langsung yang memberikan penjelasan mengenai hukum primer itu sendiri. Ini meliputi rancangan undang-undang, hasil penelitian, karya-karya dari ahli hukum, dan berbagai publikasi seperti buku, artikel, jurnal, serta referensi lain yang sejenis.¹³ Adapun sumber hukum sekunder adalah Hukum-hukum yang diambil dari sumber sekunder yang disebut fikih. Sumber hukum dalam penelitian ini adalah fiqh klasik dan kontemporer yaitu *syirkah*.

Teknik Pengumpulan Data

¹² Penelitian Normatif dapat tergambar pada pandangan Theresia Anita Christiani "*legal philosophy normative law research that examines the law as the object of the study is that the characteristics of jurisprudence as a science it is prescriptive so that the purpose of the study to examine the law as an object of study is to provide a prescription what should be in accordance with the law so that the object of the research is the norm of law*" Normative and Empirical Research Methods," Procedia :Kuala Lumpur, Malaysia, 2015. hlm.206.

¹³ Zainuddin Ali, Metode Penelitian Hukum (Sinar Grafika, 2021), 23.

Berbagai informasi terhubung dengan metode-metode beragam dalam mengumpulkan data. Meskipun pengumpulan data tampaknya sederhana, sebenarnya memiliki tingkat kompleksitas yang signifikan. Nasution menjelaskan bahwa dalam riset hukum, data merujuk pada isu-isu hukum atau aspek praktis dalam struktur dan substansi hukum yang diperoleh melalui analisis isu-isu hukum serta materi hukum yang relevan (Nasution, 2008a). Dalam penelitian hukum yang bersifat normatif, data yang dikumpulkan dapat berupa bahan hukum seperti peraturan, doktrin, atau pemahaman hukum yang terdokumentasi dalam berbagai bentuk media seperti buku, jurnal, makalah, majalah, catatan sidang lembaga legislatif, putusan pengadilan, dan lainnya. Secara ringkas, data ini diperoleh dari kajian literatur atau bibliografi. Pendekatan pengumpulan data dalam konteks ini melibatkan perolehan sumber hukum primer dan dokumen hukum sekunder. Proses pengumpulan dokumen hukum ini dilakukan melalui studi kepustakaan di perpustakaan atau sumber lain yang menyajikan materi hukum.¹⁴

Kesimpulan

Perjanjian bisnis waralaba Es Teh Anak Negeri menurut hukum positif KUHPerdara terdapat ketidakjelasan isi kontrak yang tidak memuat sanksi jika *franchisee* (penerima waralaba) ingkar maka dapat dikatakan perjanjian tersebut tidak memiliki kekuatan hukum, jika dilihat dari KUHDagang *Franchisee* (Penerima waralaba) yang menjual kembali merk dagang Es Teh Anak Negeri telah terjadi monopoli atau persaingan usaha tidak sehat namun didalam KUH Dagang terdapat pengecualian yang diatur yaitu perjanjian waralaba yang tidak termasuk kedalam KUH Dagang sehingga dapat dikatakan *franchisee* yang ingkar tersebut tidak dapat dikatakan melanggar KUH perdata maupun hukum dagang. Sedangkan menurut Hukum Islam sistem waralaba Es Teh Anak Negeri tidak bertentangan dengan konsep *musyarakah*, Sistem waralaba Es Teh Anak Negeri sejalan dengan prinsip *musyarakah Al-Abdan* dan *Al-Inan* yang mencakup aspek keadilan dan kesepakatan

¹⁴ Muh Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi penelitian*, : penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018) hlm. 7.

sukarela antara dua pelaku bisnis yang bekerja sama, yaitu *franchisee* dan *franchisor*. Berdasarkan Al-Quran dan Hadits yaitu terdapat pada Q.S As-Saad ayat 24, praktik akad musyarakah dibolehkan namun terdapat ingkar janji sehingga dapat dicabut berkahnya dan dalam ketentuan Hukum Fatwa MUI No. 1/MUNAS/VII/MUI/5/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual yaitu *franchisee* (Penerima waralaba) Es Teh Anak Negeri yang memperbanyak hak kekayaan intelektual dengan menjual kembali merk dagang yang dibelinya merupakan suatu kezaliman dan hukumnya haram.

Saran

1. *Franchisor* sebaiknya memiliki pemahaman yang mendalam mengenai klausula yang harus ada dalam perjanjian sebelum perjanjian tersebut disusun. Langkah ini bertujuan untuk mencegah kemungkinan masalah di masa depan yang tidak di inginkan.
2. *Franchisor* sebaiknya memberikan kebebasan kepada pihak *franchisee* untuk bersama-sama menentukan isi perjanjian waralaba. Hal ini dilakukan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan kontrak bisnis tidak memberatkan pihak *franchisee*, yang bisa mengakibatkan kerugian bagi mereka.
3. Dalam proses pembuatan perjanjian bisnis waralaba antara *franchisor* dan *franchisee*, disarankan untuk melibatkan saksi dalam penandatanganan perjanjian.

DAFTAR PUSTAKA

Fuadi, Ahmad. "STUDI ISLAM (ISLAM EKSKLUSIF DAN INKLUSIF)," n.d.

Ghufron, Moh Idil, and Inas Fahmiyah. "KONSEP WARALABA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (February 15, 2019): 133–48. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4287>.

Luthfiyah, Muh Fitrah &. *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.

“Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum - Prof. Dr. I Made Pasek Diantha, S.H., M.S - Google Buku.” Accessed March 9, 2023. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-MpADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA142&dq=Prof+Dr+I.+Made+Pasek+Diantha+M.S+S.+H.,+Metodologi+Penelitian+Hukum+Normatif+dalam+Justifikasi++Teori+Hukum+\(Prenada+Media,+2016\),+12&ots=IFUOrPf8M-&sig=rW8PguMyt-rFyvup97zUnJFso_Q&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-MpADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA142&dq=Prof+Dr+I.+Made+Pasek+Diantha+M.S+S.+H.,+Metodologi+Penelitian+Hukum+Normatif+dalam+Justifikasi++Teori+Hukum+(Prenada+Media,+2016),+12&ots=IFUOrPf8M-&sig=rW8PguMyt-rFyvup97zUnJFso_Q&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).

Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.

“Normative and Empirical Research Methods: Their Usefulness and Relevance in the Study of Law as an Object | Elsevier Enhanced Reader.” Accessed March 10, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.006>.

Sitompul, Henry D., Syaparudin Syaparudin, and Ferri Aries Suranta. “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN FRANCHISE.” *JURNAL MERCATORIA* 3, no. 2 (November 1, 2010): 144–62. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v3i2.603>.

“Susanto - PENDAPAT AL-MAZÂHIB AL-ARBAH TENTANG BENTUK SYIR.Pdf.” Accessed March 31, 2023. <https://media.neliti.com/media/publications/23671-ID-pendapat-al-mazahib-al-arbaah-tentang-bentuk-syirkah-dan-aplikasinya-dalam-perse.pdf>.