

PERJANJIAN WARALABA MENURUT HUKUM ISLAM

Oleh : Linda Firdawati*

Abstrak

Perjanjian waralaba merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (syirkah), di mana antara franchisor dan franchisee terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama. Bisnis waralaba membuka banyak peluang usaha bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena memberikan fasilitas kenyamanan, kebersihan dan harga yang bersaing serta produk yang berkualitas. Dalam bisnis waralaba diterapkan keterbukaan, kejujuran dan kehati-hatian. Perjanjian waralaba dapat dibenarkan menurut hukum Islam sepanjang memenuhi rukun dan syarat perjanjian, terpenuhi pula prinsip-prinsip bermuamalah. Meskipun kehadirannya membawa dampak terhadap usaha kecil yang ada disekitarnya, namun persaingan yang tercipta adalah persaingan yang sehat. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu lebih konsisten dalam memberikan izin pendirian minimarket di sekitar pasar tradisional agar kepentingan usaha kecil dapat terlindungi.

Kata Kunci : Waralaba, Hukum Islam

A. Pendahuluan

Berkembangnya perdagangan internasional secara bebas sangat berpengaruh terhadap penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Penggunaan hak kekayaan intelektual telah mampu memperbesar berkembangnya peluang-peluang usaha dengan menggunakan mekanisme perlindungan terhadap pemilik HKI tersebut. Salah satu peluang usaha yang memiliki mekanisme dan memperoleh perlindungan HKI yang sangat pesat perkembangannya di Indonesia saat ini adalah usaha franchise (waralaba).

Usaha waralaba sebenarnya sudah lama dikenal di Eropa dengan nama Franchise. Kata Franchise sebenarnya berasal dari bahasa Perancis yang berarti bebas, atau lebih lengkap lagi bebas dari hambatan (free from servitude). Dalam bidang bisnis franchise berarti kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu¹

* Penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Lampung

¹ Rcard Burthon Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hal. 56

Dari segi bisnis franchise dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi. Di dalamnya sebuah perusahaan besar memberikan hak atau privilege untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu dan perusahaan yang relative kecil². Franchise merupakan salah satu bentuk metode produksi dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen³ dengan standard dan eksploitasi tertentu. Standard dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan nama perusahaan, merek, serta system produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya.

Sedangkan menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan pemerintah RI No 42 tahun 2007 tanggal 23 Juli 2007 tentang waralaba dikatakan bahwa : Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba⁴

Dalam sistem waralaba terdapat tiga komponen yaitu :

1. Franchisor, yaitu pihak yang memiliki sistem atau cara-cara dalam berbisnis.
2. Franchisee, yaitu pihak yang membeli franchise atau sistem dari franchisor sehingga memiliki hak untuk menjalankan bisnis dengan cara-cara yang dikembangkan oleh franchisor.
3. Franchise, yaitu sistem dan cara-cara bisnis itu sendiri, ini merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari franchisor yang dijual kepada franchise.

Pemerintah telah mengakomodir perkembangan dunia bisnis yang berkembang pada masyarakat Indonesia saat ini dengan menerbitkan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang transaksi ekonomi era modern sebagai upaya penertiban transaksi ekonomi. Hal lain yang perlu dipertimbangkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Oleh karena itu, hukum positif (ius cogens) yang mengatur bisnis waralaba ini perlu dikaji kejelasannya menurut hukum Islam.

² Charles L Vaughn, Franchising : It's nature Scope, Advantage and Development, DC Hea & CO, Lexington, 1974, hal2

³ Ridwan Khairandi, Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi dalam Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual I, Yayasan Klinik HAKI Jakarta kerjasama dengan Pusat Studi Hukum Jakarta, 2000, hlm.134

⁴ Peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, Pasal 1 aya 1

Oleh karena itu, dalam tulisan ini penulis akan mengkaji perjanjian bisnis waralaba menurut ketentuan normative hukum Islam.

B. Jenis-jenis Waralaba

Waralaba dapat dilakukan baik dalam bentuk products franchise (merek), format bisnis (system penjualan) maupun manufacturing plant franchising (rahasia formula suatu produksi barang).

1. Waralaba Merek dan Produk Dagang (Product and Trade Franchise)

Waralaba dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu waralaba merek dagang dan produk, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba disertai dengan izin untuk menggunakan merek dagangnya. Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut pemberi waralaba mendapatkan suatu bentuk bayaran royalty di muka, dan selanjutnya dia juga mendapat keuntungan dari penjualan produknya. Misalnya: SPBU menggunakan nama/merek dagang PERTAMINA⁵

2. Waralaba Format Bisnis (Business Format Franchise)

Waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang kepada pihak lain, lisensi tersebut memberikan hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih menjadi terampil dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya⁶ Waralaba jenis ini misalnya bisnis retail Mini Market Alfa Mart, Indomart dan lain-lain yang sejenis.

Waralaba format bisnis ini terdiri dari :

- a. Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba.
- b. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep pemberi waralaba.

⁵ Saifudien Djazuli, *Artikel Aspek Hukum Waralaba dalam Mata Kuliah Perbandingan Hukum Perdata* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), 1 desember 2010

⁶ Ibid

- c. Proses bantuan dan bimbingan terus-menerus dari pihak pemberi waralaba.

Dalam bisnis franchise ini, yang dapat diminta dari franchisor oleh franchisee adalah sebagai berikut :

- a. Brand name yang meliputi logo, peralatan dan lain-lain.
 - b. System dan manual operasional bisnis.
 - c. Dukungan dalam beroperasi. Karena franchisor lebih mempunyai pengalaman luas.
 - d. Pengawasan (monitoring). Untuk memastikan bahwa sistem yang disediakan dijalankan dengan baik dan benar secara konsisten.
 - e. Penggabungan promosi/joint promotion, hal ini berkaitan dengan brand name.
 - f. Pemasokan, ini berlaku bagi franchisee tertentu, misalnya bagi franchisor yang merupakan supplier bahan makanan/minuman. Kadang franchisor juga memasok mesin-mesin atau peralatan yang diperlukan.
3. Manufacturing Plant Francising (rahasia formula suatu produksi barang).

Dalam franchise semacam ini, franchisor memberikan rahasia formula suatu produksi kemudian memproduksi barang tersebut dan mendistribusikannya sesuai standar produksi dan merek yang sama dengan yang dimiliki oleh franchisor. Bentuk franchise semacam ini digunakan oleh Coca Cola Production yang mempunyai rahasia formula pembuatan coca cola dan minuman ringan lainnya⁷

C. Perjanjian Waralaba dalam Hukum Positif

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus, karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 KUHP)

⁷ Hendry R. Cheseman, *Business Law : The Legal, Ethical, and International Environment*, Prentice Hill, Englewood, New Jersey, 1995, hal.718

Abdulkadir Muhammad⁸ mengatakan suatu perjanjian adalah semata-mata suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Secara lebih spesifik, pandangan Abdulkadir Muhammad ini dengan sangat jelas menunjukkan bahwa dalam perjanjian terdapat peranan hukum. Artinya, meskipun dalam system hukum perdata menentukan bahwa suatu perjanjian berlaku mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, namun dalam prakteknya tidak semua perjanjian dapat diakui oleh hukum, dan suatu perjanjian hanya dapat diakui apabila telah memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang ditentukan oleh hukum, atau bila menurut hukum perjanjian itu tidak mengandung cacat hukum.

Dapat dipahami bahwa perjanjian yang dibuat secara sah artinya perjanjian itu telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam undang-undang. Artinya perjanjian itu tidak bertentangan dengan Agama dan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan undang-undang itu sendiri.

Di Indonesia, tonggak kepastian hukum tentang format waralaba dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal. Hal tersebut dikarenakan perjanjian waralaba memang disyaratkan pada pasal 2 PP No. 16 Tahun 1997 untuk dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia. Hal ini diperlukan sebagai perlindungan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba.

Secara umum dikenal adanya dua macam atau jenis kompensasi yang dapat diminta oleh pemberi waralaba (franchisor) dari penerima waralaba (franchisee).

Pertama, kompensasi langsung dalam bentuk moneter (direct monetary compensation) adalah lump sum payment dan royalty. Lump sum payment adalah suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima waralaba (franchisee) pada saat persetujuan pemberian waralaba disepakati. Sedangkan royalty adalah jumlah pembayaran yang dikaitkan dengan suatu presentasi tertentu yang dihitung dari jumlah produksi dan/atau penjualan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan perjanjian, baik disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah royalty tertentu atau tidak.

Kedua, kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (indirect and nonmonetary compensation). Meliputi antara lain keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang modal atau bahan mentah, yang merupakan satu paket dengan pemberian waralaba, pembayaran dalam bentuk deviden ataupun bunga

⁸ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian* (alih bahasa dari SB. Marsh and J. Soulsby, "Business Law") Bandung : Penerbit Alumni, 1986, hal. 93

pinjaman dalam hal pemberi waralaba juga turut memberikan bantuan financial, baik dalam bentuk ekuitas atau dalam wujud pinjaman jangka pendek maupun jangka panjang, cost shifting atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh pemberi waralaba, perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh penerima lisensi dan lain sebagainya.

Menurut pasal 3 ayat 1 PP No. 16 Tahun 1997, bahwa pemberi waralaba sebelum mengadakan perjanjian dengan penerima waralaba wajib menyampaikan keterangan-keterangan antara lain mengenai, nama pihak pemberi waralaba, hak atas kekayaan intelektual, persyaratan-persyaratan, bantuan dan fasilitas, hak dan kewajiban, pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian.

Dalam perkembangannya, PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut :

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

1. Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba
2. Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
3. Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
4. Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

D. Perjanjian Waralaba dalam Hukum Islam

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang Islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan bisnis (moral hazard), yaitu Maysir (spekulasi), Asusila, Gharar (penipuan), Haram, Riba, Ikhtikar (penimbunan/monopoli), Dharar (berbahaya).

Para ulama fiqh umumnya berpendapat bahwa kerja sama dalam hal jual beli dinamakan syirkah. Syirkah dibagi menjadi 2 klasifikasi utama yaitu *syirkah al-amlak* dan *syirkah al-uqud*. *Syirkah al-amlak* ada yang menyebutnya *musyarakah pemilikan*, ada yang menyebutnya *perserikatan dalam pemilikan* dan ada pula yang menyebutnya *perseroan hak milik*. Sedangkan syirkah al uqud ada

yang menyebutnya *musyarakah aqad (kontrak)*, ada yang menyebutnya *perserikatan suatu aqad*⁹

1. Syirkah amlak (milik), yaitu : persekutuan antara dua orang atau lebih untuk memiliki suatu benda, syirkah amlak dibagi menjadi 2, yaitu *syirkah ikhyar* dan *syirkah jabbar*.
2. Syirkah akad, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih yang timbul dengan adanya perjanjian. Imam Taqyuddin An-Nabhani menyebut syirkah akad sebagai perseroan transaksi yaitu perseroan yang obyeknya adalah pengembangan hak milik.¹⁰ Syirkah akad, dibagi menjadi empat (4), yaitu :
 - a. Syirkah amwal, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal/harta.
 - b. Syirkah a'mal, yaitu perjanjian persekutuan antara dua orang atau lebih untuk menerima pekerjaan dari pihak ketiga yang akan dikerjakan bersama dengan ketentuan upah dibagi menjadi dua.
 - c. Syirkah wujuh, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dengan modal harta dari pihak luar.
 - d. Syirkah mudharabah, yaitu persetujuan antara pemilik modal dengan pekerja selaku pengelola usaha untuk mengelola uang dari pemilik modal dalam perdagangan tertentu, yang keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama¹¹

Syirkah mudharabah merupakan kemitraan (persekutuan) antara tenaga dan harta, yang dikelola untuk bisnis, dengan ketentuan bahwa keuntungan (laba) yang diperoleh akan dibagi menurut kesepakatan kedua belah pihak. Dasar bentuk mudharabah adalah peminjaman uang untuk keperluan bisnis. Syirkah mudharabah ini dibagi menjadi 2 bentuk, yaitu :

- (1) mudharabah muthlaqah dalam hal ini pemodal memberikan hartanya kepada pelaksana untuk dimudharabahkan dengan tidak menentukan jenis kerja, tempat dan waktu serta orang.
- (2) Mudharabah muqayyadah (terikat suatu syarat), adalah pemilik modal menentukan salah satu dari jenis di atas.

⁹ Nasrun Haroen (2) *Ushul Fiqh 1* (Jakarta. PT Logos, Wacana Ilmu, 2001) hal 167

¹⁰ Taqyuddin An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam* (terjemah Moh maghfur Wachid , An-Nidlam Al-Iqtishadi Fil Islam) Surabaya: Risalah Gusti 1996) hlm. 365

¹¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta, Gema Insani press dan Tazkia cendikia, 2001

Jika diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan waralaba (franchising) dapat dikemukakan bahwa perjanjian waralaba sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (syirkah). Hal ini dapat dipahami bahwa dengan adanya perjanjian franchising, maka secara otomatis antara franchisor dan franchisee terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerja sama tersebut dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak dengan cara kerjasama baik dalam bentuk pemberian izin menggunakan merek dan resep dagang tertentu, atau kerjasama dalam pembinaan keahlian tenaga kerja. Ada juga kerja sama di mana salah satu pihak mengeluarkan tenaga dan pihak lain hanya mengeluarkan modal usaha dengan perjanjian keuntungan akan dibagi sesuai kesepakatan. Dalam operasional kegiatan waralaba juga diterapkan prinsip keterbukaan, kejujuran dan kehati-hatian.

Prinsip dasar bermu'amalah yang harus dipenuhi dalam perjanjian adalah kegiatan yang mengandung maslahat, menjunjung tinggi prinsip keadilan, jujur, saling tolong menolong, tidak mempersulit, suka sama suka serta menjauhi segala bentuk riba.

Konstruksi perjanjian berdasarkan hukum Islam, selain harus memenuhi prinsip bermu'amalah juga harus terpenuhi rukun dan syarat sahnya perjanjian. Di samping itu, ada ketentuan tentang kewajiban memenuhi perjanjian dan larangan bekerjasama melakukan suatu dosa, serta adanya kecakapan bagi pihak-pihak untuk melakukan perbuatan hukum.

Adapun rukun perjanjian menurut Jumhur ulama adalah :

- a. Para pihak yang membuat akad
- b. Obyek akad
- c. Pernyataan kehendak para pihak

Syarat sah akad/perjanjian adalah terpenuhi tujuan akad sebagai akibat pokok dari sebuah akad. Syarat-syarat yang harus dipenuhi agar tujuan akad dipandang sah dan mempunyai akibat hukum adalah :

- a. Tujuan akad tidak merupakan kewajiban yang telah ada atas pihak-pihak yang bersangkutan tanpa akad yang diadakan.
- b. Tujuan harus berlangsung adanya hingga berakhirnya pelaksanaan akad
- c. Tujuan akad harus dibenarkan syara'¹²

¹² Ahmad Azhar Basyir, *Azas-azas Hukum Mu'amalah (Hukum Perdata Islam)* Edisi Revisi, Yogyakarta :UII Press Yogyakarta, 2000 hlm. 99-100

Melihat teknis operasional yang diterapkan pada bisnis waralaba dapat dipahami bahwa dalam perjanjian waralaba tidak terdapat halangan-halangan atau larangan dalam bisnis Islam. Dalam perjanjian waralaba telah terpenuhi rukun, syarat dan prinsip dasar bermu'malah. Artinya perjanjian ini dibolehkan dan sah jika telah memenuhi rukun dan syarat – syarat perjanjian pada umumnya.

Persaingan yang tercipta sesungguhnya adalah persaingan yang sehat, di mana waralaba menyediakan fasilitas kenyamanan, kebersihan dan harga yang bersaing. Namun, dalam bisnis waralaba minimarket, berdampak terhadap usaha kecil yang ada di sekitarnya. Oleh karena itu, pemerintah harus lebih konsisten dalam memberikan izin pendirian minimarket agar kepentingan pedagang kecil yang ada di sekitarnya tetap terlindungi. Karena pemerintah daerah sesungguhnya sudah mengeluarkan peraturan tentang jarak mini market dengan pasar tradisional, sehingga kepentingan usaha kecil yang ada disekitarnya tetap terlindungi

E. Kesimpulan

Dalam hukum Islam, perjanjian waralaba merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (syirkah), di mana antara franchisor dan franchisee terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama. Kerjasama baik dalam bentuk pemberian izin menggunakan merek dan resep dagang tertentu, atau kerjasama dalam pembinaan keahlian tenaga kerja, atau salah satu pihak mengeluarkan tenaga dan pihak lain hanya mengeluarkan modal usaha dengan perjanjian keuntungan akan dibagi sesuai kesepakatan. Perjanjian yang diterapkan dalam bisnis waralaba dapat dibenarkan menurut hukum Islam sepanjang memenuhi rukun dan syarat perjanjian, terpenuhi pula prinsip-prinsip bermuamalah yaitu usaha yang mengandung maslahat, menjunjung tinggi prinsip keadilan, jujur, saling tolong menolong, tidak mempersulit, suka sama suka serta menjauhi segala bentuk riba, memenuhi syarat sahnya perjanjian dan menghindari perbuatan dosa.

Namun jika dilihat dampaknya terhadap usaha kecil yang ada di sekitar pendirian minimarket memang dapat mempersulit berkembangnya usaha kecil lainnya. Oleh karena itu, pemerintah harus lebih konsisten dalam memberikan izin pendirian minimarket agar kepentingan pedagang kecil yang ada di sekitarnya tetap terlindungi. Karena pemerintah daerah sesungguhnya sudah mengeluarkan peraturan tentang izin mendirikan mini market, sehingga kepentingan usaha kecil yang ada disekitarnya tetap terlindungi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian* (alih bahasa dari SB. Marsh and J. Soulsby, "Business Law") Bandung Penerbit Alumni, 1986
- Ahmad Azhar Basyir, *Azas-azas Hukum Mu'amalah* (Hukum Perdata Islam) Edisi Revisi, Yogyakarta :UII Press Yogyakarta, 2000
- Cahrles L Vaughn, *Franchising : It's nature Scope, Advantage and Development*, DC Hea & CO, Lexington, 1974
- Hendry R. Cheseman, *Business Law : The Legal, Ethical, and International Environment*,
Prentice Hill, Englewood, New Jersey, 1995
- Moh maghfur Wachid , *An-Nidlam Al-Iqtishadi Fil Islam*) Surabaya: Risalah Gusti 1996)
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta, Gema Insani press dan Tazkia cendikia, 2001
- Nasrun Haroen (2) *Ushul Fiqh 1* (Jakarta. PT Logos, Wacana Ilmu, 2001
- Peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tentang waralaba
- Rcard Burthon Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003)
- Ridwan Khairandi, *Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi dalam Kapita Selekt Hak Kekayaan Intelektual I*, Yayasan Klinik HAKI Jakarta kerjasama dengan Pusat Studi Hukum Jakarta, 2000
- Saifudien Djazuli, *Artikel Aspek Hukum Waralaba dalam Mata Kuliah Perbandingan Hukum Perdata* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), down load1 desember 2010
- Taqyuddin An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam* (terjemah
Moh maghfur Wachid , *An-Nidlam Al-Iqtishadi Fil Islam*) Surabaya: Risalah Gusti 1996)