

PROPORSIONALITAS DALAM KONTRAK BISNIS WARALABA KLINIK GIGI DI INDONESIA CONTOH KASUS ODAC FAMILY

Dzaki Dhiya Ulhaq Wahyuono

Magister Hukum Universitas Trisakti
dzaki12ulhaq@gmail.com

Abstract: *This study examines contractual imbalances in dental clinic franchise agreements, focusing on the legal relationship between franchisor and franchisee. Using a normative juridical approach and a case study of ODAC Family, the research finds that many franchise contracts are unilaterally drafted, lacking proportionality, and structurally disadvantage franchisees. The study proposes practical solutions such as open negotiation, balanced rights and obligations, involvement of professional associations, and independent oversight of contracts. These measures aim to create a fairer and more sustainable contractual relationship within healthcare franchises.*

Keywords: *Franchise, Proportionality, Dental Clinic*

Abstrak: Penelitian ini menganalisis ketimpangan dalam kontrak waralaba klinik gigi, khususnya pada hubungan hukum antara franchisor dan franchisee. Melalui pendekatan yuridis normatif dan studi kasus ODAC Family, ditemukan bahwa banyak klausul kontrak bersifat sepihak dan tidak mencerminkan prinsip proporsionalitas. Franchisee kerap dirugikan secara struktural maupun ekonomi. Penelitian ini menawarkan solusi berupa negosiasi terbuka, distribusi hak dan kewajiban yang seimbang, keterlibatan asosiasi profesi, dan pengawasan kontrak oleh lembaga independen demi menciptakan hubungan kontraktual yang adil dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Waralaba, Proporsionalitas, Klinik Gigi

A. Pendahuluan

Bisnis waralaba (franchise) telah mengalami perkembangan pesat di Indonesia dalam dua dekade terakhir. Model usaha ini menjadi salah satu pilihan favorit di kalangan pengusaha karena dianggap menawarkan struktur bisnis yang lebih stabil dan risiko yang lebih terukur dibandingkan dengan membangun bisnis dari awal. Dengan adanya sistem dan merek yang telah terbukti berhasil, waralaba memberikan jaminan tertentu bagi para pemilik modal, terutama mereka yang baru terjun ke dunia bisnis.

Model ini kini merambah ke berbagai sektor, tidak terkecuali sektor layanan kesehatan. Salah satu subsektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah klinik gigi. Klinik gigi waralaba menjadi alternatif yang menjanjikan dalam menyediakan layanan kesehatan gigi yang terstandarisasi, modern, dan mudah diakses oleh masyarakat. Namun, di balik perkembangan positif ini, terdapat persoalan penting terkait dengan kesetaraan dan keadilan dalam hubungan hukum antara pihak Pewaralaba (franchisor) dan Terwaralaba (franchisee), khususnya dalam perjanjian atau kontrak waralaba yang mengikat kedua belah pihak. Dalam konteks bisnis klinik gigi, kontrak waralaba berfungsi sebagai dasar hukum yang mengatur seluruh hak dan kewajiban masing-masing pihak. Pewaralaba biasanya adalah pemilik merek, sistem operasional, dan know-how bisnis, sementara Terwaralaba adalah individu atau badan usaha yang membeli lisensi untuk menjalankan bisnis dengan merek dan sistem tersebut. Meskipun pada dasarnya hubungan ini bersifat saling menguntungkan, tidak jarang ditemukan ketidakseimbangan dalam kontrak yang cenderung lebih menguntungkan Pewaralaba. Ketimpangan ini menjadi sumber utama dari permasalahan hukum dan etika dalam bisnis waralaba, terutama dalam sektor kesehatan yang sangat sensitif terhadap isu-isu profesionalisme dan kualitas layanan.

Pentingnya Konsep Proporsionalitas dalam Kontrak Waralaba Klinik Gigi. Proporsionalitas adalah prinsip hukum yang menuntut adanya keseimbangan antara beban

dan manfaat yang diterima oleh para pihak dalam suatu hubungan hukum. Dalam konteks kontrak waralaba, proporsionalitas mengacu pada perlunya pembagian hak dan kewajiban yang adil antara Pewaralaba dan Terwaralaba. Artinya, setiap pihak seharusnya memperoleh manfaat yang setara dengan beban atau tanggung jawab yang mereka emban dalam kontrak. Sayangnya, dalam praktik bisnis waralaba klinik gigi di Indonesia, prinsip proporsionalitas ini seringkali terabaikan. Banyak kontrak waralaba disusun secara sepihak oleh Pewaralaba dengan syarat-syarat yang berat sebelah. Misalnya, Pewaralaba menetapkan biaya royalti dan biaya lisensi yang tinggi, mewajibkan pembelian peralatan medis hanya dari penyedia tertentu dengan harga mahal, hingga membatasi kebebasan Terwaralaba dalam pengambilan keputusan operasional.

Kondisi ini diperparah oleh fakta bahwa sebagian besar Terwaralaba adalah pengusaha kecil atau menengah yang tidak memiliki kekuatan tawar yang memadai untuk menegosiasikan kontrak. Mereka seringkali menerima seluruh ketentuan dalam kontrak tanpa perubahan, karena terdesak oleh kebutuhan untuk segera menjalankan usaha. Dalam jangka panjang, ketidakseimbangan ini dapat menyebabkan ketidakpuasan, konflik hukum, bahkan kegagalan bisnis. Ketidakseimbangan dalam kontrak waralaba klinik gigi umumnya tercermin dalam beberapa bentuk. Pertama, terdapat kewajiban finansial yang berat di pihak Terwaralaba, seperti biaya awal yang tinggi, biaya royalti tetap setiap bulan, dan pungutan tambahan untuk promosi nasional yang tidak selalu berdampak langsung pada bisnis mereka. Kedua, terdapat pembatasan yang ketat dalam operasional, misalnya ketentuan bahwa Terwaralaba tidak boleh bekerja sama dengan pemasok selain yang ditentukan Pewaralaba, meskipun harganya jauh lebih tinggi. Ketiga, terdapat klausul pemutusan hubungan yang sangat menguntungkan Pewaralaba, misalnya hak sepihak untuk mencabut lisensi jika Terwaralaba dianggap tidak memenuhi standar, tanpa adanya mekanisme banding yang jelas.

Konsekuensi dari ketimpangan ini bisa sangat serius. Banyak Terwaralaba yang mengalami kerugian finansial karena harus menanggung beban operasional yang tinggi tanpa dukungan yang memadai dari Pewaralaba. Beberapa bahkan terpaksa menutup usahanya karena tidak mampu bertahan di tengah persaingan. Tidak jarang juga muncul konflik hukum yang berkepanjangan antara kedua belah pihak, yang justru merusak reputasi merek waralaba secara keseluruhan. Pemerintah Indonesia sebenarnya telah mengatur bisnis waralaba melalui sejumlah regulasi, antara lain Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba⁶, dan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dalam regulasi tersebut, terdapat kewajiban bagi Pewaralaba untuk memberikan prospektus waralaba dan perjanjian tertulis yang jelas kepada calon Terwaralaba, serta prinsip keadilan dan keterbukaan dalam hubungan bisnis.

Namun, regulasi ini belum sepenuhnya mampu menjamin proporsionalitas dalam praktik. Salah satu tantangan utama adalah lemahnya pengawasan dan tidak adanya mekanisme penegakan hukum yang efektif untuk memeriksa isi kontrak waralaba. Tidak ada lembaga independen yang bertugas untuk menilai apakah kontrak yang dibuat sudah adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Selain itu, tidak semua Terwaralaba memiliki akses atau kemampuan untuk menggugat ketidakadilan melalui jalur hukum, terutama karena tingginya biaya litigasi. Dalam sektor layanan kesehatan, tantangan ini menjadi lebih kompleks karena adanya regulasi medis yang harus dipatuhi. Klinik gigi, sebagai bagian dari sistem kesehatan nasional, tunduk pada regulasi dari Kementerian Kesehatan, seperti Peraturan Menteri Kesehatan No. 34 Tahun 2022 tentang Klinik dan Tenaga Kesehatan.⁸ Oleh karena itu, kontrak waralaba klinik gigi tidak hanya perlu adil secara bisnis, tetapi juga harus sesuai dengan norma dan standar pelayanan kesehatan.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yakni metode yang menelaah bahan hukum primer dan sekunder dengan pendekatan perundang-undangan, asas hukum, serta doktrin-doktrin hukum. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji prinsip proporsionalitas dalam kerangka hukum positif Indonesia, khususnya berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan pendekatan studi kasus, dengan menyoroti praktik kontrak waralaba pada ODAC Family, salah satu penyedia layanan klinik gigi waralaba di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan penelusuran secara empiris tentang sejauh mana prinsip proporsionalitas diterapkan dalam hubungan kontraktual antara Pewaralaba dan Terwaralaba. Data diperoleh dari studi pustaka, analisis isi perjanjian waralaba, dan kajian literatur akademik serta regulasi yang berlaku. Analisis dilakukan secara kualitatif untuk mengidentifikasi problematika dan solusi normatif yang dapat mendorong hubungan kontraktual yang lebih adil dalam praktik waralaba klinik gigi. Prinsip proporsionalitas dalam hukum kontrak mengandung makna bahwa beban dan manfaat yang diterima oleh para pihak haruslah berimbang. Dalam konteks kontrak waralaba, proporsionalitas berarti bahwa Terwaralaba tidak boleh menanggung risiko atau kewajiban yang secara tidak sebanding dengan manfaat dan kontrol yang diberikan oleh Pewaralaba.

C. Hasil dan Pembahasan

Prinsip Proporsionalitas diterapkan dalam Kontrak Bisnis Waralaba Klinik Gigi di Indonesia

Bisnis waralaba di sektor pelayanan kesehatan, khususnya klinik gigi, mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia dalam satu dekade terakhir. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau, serta keinginan investor untuk memasuki sektor yang stabil dan memiliki permintaan konstan. Waralaba dipandang sebagai model bisnis yang efisien karena memungkinkan ekspansi usaha dengan risiko relatif terbagi antara pemilik merek (franchisor) dan mitra usaha (franchisee). Melalui sistem waralaba, format bisnis yang sudah terbukti sukses dapat direplikasi di berbagai lokasi dengan mengandalkan jaringan kemitraan.

Namun demikian, di balik keberhasilan ekspansi tersebut, terdapat permasalahan hukum yang kerap kali tersembunyi di balik dokumen perjanjian waralaba. Hubungan hukum antara franchisor dan franchisee tidak selalu berlangsung secara seimbang. Franchisor umumnya memiliki posisi dominan dalam perumusan perjanjian, karena merek, sistem, dan pengalaman operasional berada dalam kendalinya. Akibatnya, perjanjian waralaba sering kali disusun secara sepihak oleh franchisor dengan sedikit ruang negosiasi, atau bahkan tanpa negosiasi sama sekali, bagi pihak franchisee. Hal ini menimbulkan ketimpangan yang potensial melanggar prinsip keadilan dan proporsionalitas dalam hukum kontrak. Dalam konteks ini, prinsip proporsionalitas menjadi sangat penting sebagai prinsip hukum yang berfungsi menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak. Prinsip ini bertujuan mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan kontraktual oleh pihak yang lebih dominan. Tidak hanya merupakan norma moral, proporsionalitas juga merupakan perwujudan dari asas *itikad baik* dan *keadilan* dalam perjanjian, yang dijamin dalam sistem hukum Indonesia.

Secara umum, prinsip proporsionalitas menghendaki adanya hubungan yang wajar dan seimbang antara beban yang ditanggung dengan manfaat yang diterima oleh masing-masing pihak. Dalam hukum perdata Indonesia, prinsip ini dapat ditelusuri melalui Pasal

1338 ayat (3) KUH Perdata, yang menegaskan bahwa “perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Frasa *itikad baik* dalam konteks ini mencakup kepatutan, keadilan, dan penghormatan terhadap kepentingan sah masing-masing pihak. Oleh karena itu, setiap klausul dalam perjanjian yang menimbulkan beban berlebihan pada salah satu pihak, terutama jika disusun secara sepihak, dapat dikritisi secara hukum melalui pendekatan proporsionalitas.

Menurut Salim HS, prinsip proporsionalitas dalam kontrak berarti bahwa isi kontrak harus disusun secara adil dan tidak memberatkan salah satu pihak, khususnya dalam kondisi ketika terjadi ketimpangan posisi tawar antara para pihak. Dalam dunia waralaba, terutama sektor kesehatan, ketimpangan ini sangat nyata. Franchisee sering kali hanya diberi pilihan antara menerima seluruh isi perjanjian atau tidak mendapatkan akses terhadap waralaba sama sekali. Ini menciptakan kondisi yang disebut *take it or leave it contract*, atau kontrak baku, yang sering kali mengandung klausul eksklusivitas, penalti sepihak, dan pembatasan kebebasan usaha bagi franchisee.

Kondisi tersebut semakin kompleks dalam konteks waralaba klinik gigi. Berbeda dengan waralaba makanan cepat saji atau retail, bisnis klinik gigi melibatkan aspek-aspek hukum yang lebih luas, termasuk regulasi tenaga medis, standar layanan kesehatan, perizinan, dan kepatuhan terhadap kode etik profesi. Klinik gigi tidak hanya tunduk pada hukum perdata dan bisnis, tetapi juga pada hukum administrasi, hukum kesehatan, serta peraturan teknis yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan dan organisasi profesi seperti Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI).

Dalam praktiknya, franchisor dalam bisnis klinik gigi biasanya menawarkan beberapa komponen penting kepada mitra franchisee, antara lain: Hak penggunaan merek dagang dan sistem operasional klinik yang telah terstandar; Panduan manajemen operasional, Standar Operasional Prosedur (SOP), serta platform digital penunjang pelayanan; Pelatihan awal bagi tenaga medis dan staf, serta pengawasan berkala terhadap kualitas layanan. Sementara itu, franchisee memiliki kewajiban untuk: Membayar initial fee, royalti berkala, atau sistem bagi hasil yang ditetapkan oleh franchisor; Melakukan investasi awal untuk mendirikan fasilitas klinik, merekrut tenaga medis, dan membeli peralatan sesuai standar franchisor; Mematuhi semua instruksi operasional yang diberikan, tanpa ruang diskresi yang berarti.

Skema ini pada dasarnya dapat berjalan dengan baik apabila kedua pihak menjalankan perannya secara proporsional. Namun, ketidakseimbangan mudah terjadi ketika franchisor tidak memberikan dukungan sebagaimana dijanjikan dalam kontrak, seperti pelatihan yang tidak memadai atau pengawasan kualitas yang minim. Ketimpangan semakin terlihat ketika terdapat klausul penalti sepihak, misalnya sanksi finansial besar atas pelanggaran minor yang sebenarnya tidak merugikan sistem secara substansial. Contoh lainnya adalah pembatasan usaha yang memberatkan, seperti larangan bagi franchisee untuk membuka praktik klinik sejenis dalam radius tertentu bahkan setelah kontrak berakhir. Klausul semacam ini dapat dianggap melanggar prinsip proporsionalitas apabila tidak diimbangi dengan kompensasi atau alasan objektif yang masuk akal. Selain itu, penggunaan vendor eksklusif yang ditunjuk oleh franchisor untuk pengadaan alat dan bahan medis juga bisa menjadi beban jika harga atau kualitasnya tidak kompetitif, sementara franchisee tidak diberi alternatif.

Dalam hukum Indonesia, ketimpangan kontraktual semacam ini bisa dikategorikan sebagai klausul baku yang memberatkan dan dapat dibatalkan berdasarkan ketentuan Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Klausul baku adalah ketentuan standar yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dan dapat membatasi hak konsumen (dalam hal ini franchisee). Mahkamah Agung juga telah beberapa kali menegaskan bahwa klausul baku yang tidak adil dapat dianggap bertentangan dengan prinsip itikad baik. Untuk itu, penting bagi franchisor untuk menyusun kontrak dengan prinsip transparansi dan itikad baik. Sedangkan franchisee harus memahami dengan jelas

isi perjanjian dan, bila perlu, berkonsultasi dengan penasihat hukum sebelum menandatangani kontrak. Pemerintah juga perlu mengawasi secara lebih ketat praktik waralaba di sektor kesehatan melalui evaluasi kontrak dan pemberlakuan pedoman kontraktual yang bersifat minimum. Asosiasi waralaba dan profesi kesehatan juga dapat berperan dengan membuat template kontrak standar yang berpihak pada prinsip keadilan dan proporsionalitas.

Sebagai kesimpulan, waralaba klinik gigi sebagai bentuk kemitraan bisnis yang berkembang pesat membutuhkan perhatian khusus dari aspek hukum kontraktual. Ketimpangan antara franchisor dan franchisee tidak bisa dibiarkan karena berpotensi merugikan pihak yang lebih lemah. Prinsip proporsionalitas harus dijadikan pijakan utama dalam setiap perjanjian agar hubungan bisnis berjalan sehat, berkelanjutan, dan tidak merugikan pelayanan kesehatan yang menjadi bagian dari hajat hidup orang banyak.

2. Upaya yang Dapat Dilakukan Untuk Menciptakan Kontrak Waralaba Klinik Gigi Yang Lebih Proporsional Dan Adil Bagi Pewaralaba Serta Terwaralaba

Kontrak waralaba merupakan tulang punggung hubungan hukum antara pewaralaba (franchisor) dan terwaralaba (franchisee) dalam sistem bisnis waralaba, termasuk di sektor pelayanan kesehatan seperti klinik gigi. Dalam kontrak inilah seluruh syarat, ketentuan, hak, dan kewajiban kedua belah pihak dituangkan secara formal, dan menjadi dasar utama dalam pelaksanaan hubungan bisnis yang berlangsung. Namun, dalam praktiknya, kontrak waralaba seringkali disusun secara sepihak oleh pihak franchisor, dengan sedikit atau bahkan tanpa ruang negosiasi dari pihak franchisee, sehingga memunculkan ketimpangan dalam relasi hukum tersebut.

Di Indonesia, bisnis waralaba klinik gigi mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kesehatan gigi dan meningkatnya permintaan akan layanan yang terstandarisasi dan terpercaya. Waralaba menjadi model bisnis yang menarik karena menjanjikan sistem manajemen yang sudah terbukti dan dukungan operasional dari franchisor. Namun, kondisi ini juga membuka ruang bagi dominasi franchisor dalam menentukan isi kontrak, yang tidak jarang mengabaikan prinsip-prinsip keadilan, terutama proporsionalitas dalam pembagian beban, risiko, dan manfaat antara para pihak. Prinsip proporsionalitas merupakan prinsip umum dalam hukum perjanjian yang menekankan perlunya keseimbangan antara hak dan kewajiban, serta antara beban dan manfaat yang diterima oleh masing-masing pihak dalam suatu perjanjian. Dalam kerangka hukum Indonesia, prinsip ini tercermin dalam asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang menyatakan bahwa “semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Salim HS menjelaskan bahwa prinsip proporsionalitas dalam kontrak berarti setiap ketentuan dalam perjanjian harus mempertimbangkan posisi tawar para pihak secara adil dan tidak membebani salah satu pihak secara berlebihan. Dalam konteks waralaba klinik gigi, prinsip ini menjadi sangat krusial mengingat adanya kombinasi antara aspek bisnis dan aspek kesehatan yang diatur secara ketat melalui peraturan perundang-undangan. Ketika kontrak disusun tanpa mempertimbangkan prinsip proporsionalitas, franchisee dapat dibebani dengan kewajiban yang berat—seperti pembayaran royalti tinggi, kewajiban eksklusif pembelian peralatan dari franchisor, hingga pembatasan pembukaan usaha di wilayah lain—tanpa diimbangi dengan dukungan operasional atau jaminan keberlanjutan bisnis dari franchisor.

D. Penutup

Bisnis waralaba klinik gigi di Indonesia merupakan fenomena yang semakin

berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Model bisnis ini memadukan kekuatan merek dan sistem manajemen dari pewaralaba dengan investasi dan operasional dari terwaralaba. Namun, di balik pertumbuhan yang pesat tersebut, terdapat persoalan mendasar yang cukup serius dan perlu mendapat perhatian hukum: yaitu ketimpangan hubungan kontraktual antara pewaralaba (franchisor) dan terwaralaba (franchisee), terutama dalam hal penerapan prinsip proporsionalitas dalam isi perjanjian waralaba. Prinsip proporsionalitas merupakan prinsip penting dalam hukum kontrak yang menuntut adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak, serta antara beban yang ditanggung dengan manfaat yang diterima. Prinsip ini menjadi sangat relevan dalam konteks perjanjian waralaba karena adanya kecenderungan ketimpangan posisi tawar antara pewaralaba dan terwaralaba. Pewaralaba umumnya berada pada posisi dominan karena memiliki merek, sistem, serta pengalaman, sedangkan terwaralaba cenderung berada pada posisi yang lebih lemah secara struktural maupun informasional. Penelitian ini menegaskan bahwa bisnis waralaba klinik gigi tidak akan berkembang secara sehat tanpa perbaikan mendasar dalam aspek kontraktual. Proporsionalitas bukan hanya ideal hukum, melainkan kebutuhan praktis untuk menciptakan ekosistem usaha yang berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan. Dengan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat, sistem waralaba klinik gigi dapat menjadi model kemitraan yang unggul, etis, dan berdampak positif bagi pelayanan kesehatan nasional.

Daftar Pustaka

- Elfrida Ratnawati, Legal Compliance On The Road As The Effort To Overcome Jakarta's Traffic Congestion, *Jurnal Dinamika Hukum*, Volume 19, Nomor 3, 2020.
- Elfrida Ratnawati, Pelabuhan Indonesia sebagai penyumbang devisa negara dalam perspektif hukum bisnis, *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 19, Nomor 3, 2017.
- Elfrida Ratnawati, The Impacts of Government Policy on Covid-19 to Airlines Liability: A Case Study in Indonesia, *Jambura Law Review*, Volume 3, Number 1, 2017.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Data profil kesehatan Indonesia*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kemenkes. Retrieved from <https://www.kemkes.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan kinerja waralaba sektor kesehatan*. Retrieved from <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kusuma, A., & D. R. (2022). Implementasi asas proporsionalitas dalam kontrak komersial: Studi kasus bisnis waralaba. *Jurnal Ilmu Hukum Ampera*, 4(1), 45–60.
- Laurensius Arliman S, Elfrida Ratnawati, Aida Abdul Razak, *Legal Guarantees for Persons with Disabilities to Secure Decent Work: A Human Rights Perspective from Indonesia*, Volume 8, Nomor 2, *Jurnal Wawasan Yuridika*, 2024.
- Laurensius Arliman S, Peranan Metodologi Penelitian Hukum di Dalam Perkembangan Ilmu Hukum di Indonesia, *Soumatera Law Review*, Volume 1, Nomor 1, 2018.
- Sari, D. K., & W. D. (2020). Perlindungan hukum terhadap waralaba dalam perjanjian waralaba menurut hukum positif Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 8(1), 98–113.
- Setiawan, R., & Nurhidayat, R. (2021). Analisis hukum terhadap perjanjian waralaba yang tidak berimbang di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(2), 245–260.
- Simanjuntak, S. H. (2018). Implikasi ketidakseimbangan kontrak terhadap sengketa bisnis waralaba di Indonesia. *Jurnal Hukum Prioris*, 10(2), 178–192.
- Yusuf, M., & R. A. M. (2019). Prinsip keadilan dalam kontrak bisnis: Analisis terhadap ketimpangan kekuatan tawar dalam perjanjian waralaba. *Jurnal Rechts Vinding*, 8(3), 345–360.