

ANAYASA

(Journal of Legal Studies)

E-ISSN: 2987-9965

Vol.1, No. 1, Juli 2023

ANALISIS BISNIS WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM

^{*1}Achmad Tarmidzi Anas, ²Ahmad Andry Budianto

^{*1,2}Institut Agama Islam (IAI) Al-Khairat Pamekasan

Email: achmadtarmidzianas5@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bisnis waralaba dalam perspektif hukum ekonomi islam Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka. Jenis penelitian studi pustaka digunakan untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang suatu topik atau fenomena dengan menganalisis literatur dan sumber-sumber yang relevan yang dimana dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis bisnis waralaba dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Adapun data, diperoleh melalui kajian dan analisis terhadap berbagai referensi seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan kemudian peneliti menarik benang merah dan menyimpulkan dari hasil temuan dan kajian penelitian. Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan bisnis waralaba dalam perspektif hukum Islam membutuhkan keadilan, transparansi, jaminan kualitas, keberlanjutan, pembagian keuntungan yang adil, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap etika Islam. Prinsip-prinsip ini harus menjadi landasan dalam menjalankan bisnis waralaba agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, bisnis waralaba dapat dikembangkan secara etis dan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang Islami.

Kata kunci: Analisis, waralaba, hukum Islam

Abstract

The purpose of this research is to analyze franchise businesses from the perspective of Islamic economic law. The method used is qualitative research with a literature review study. The literature review study is employed to gain a deep understanding of a topic or phenomenon by analyzing relevant literature and sources, which in this study relate to the analysis of franchise businesses in the context of Islamic economic law. The data is obtained through the examination and analysis of various references such as books, scholarly journals, articles, and other relevant documents related to the research topic. The researcher then identifies common themes and draws conclusions from the findings and research study. The findings of this research conclude that franchise businesses, from an Islamic law perspective, require justice, transparency, quality assurance, sustainability, fair profit-sharing, social responsibility, and adherence to Islamic ethics. These principles should serve as the foundation for operating franchise businesses in

accordance with Islamic values. By considering these aspects, franchise businesses can be developed ethically and sustainably within an Islamic business environment.

Keywords: *Analysis, franchise, Islamic law*

PENDAHULUAN

Bisnis waralaba adalah model bisnis di mana pemilik usaha (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk menggunakan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan bisnis yang telah teruji dan sukses. Model bisnis ini telah terbukti menjadi pilihan yang populer bagi banyak individu yang ingin memiliki bisnis sendiri tanpa harus memulai dari nol (Yusuf, 2009). Menurut Yuliani, (2015) Bisnis waralaba menawarkan sejumlah keuntungan yang menarik bagi kedua pihak yang terlibat. Bagi franchisor, ini adalah cara untuk memperluas jangkauan bisnis mereka dengan relatif cepat dan efisien. Dengan membuka peluang waralaba, mereka dapat mengeksplorasi potensi pasar yang lebih besar dan menghasilkan pendapatan dari biaya waralaba dan royalti yang diterima dari franchisee.

Di sisi lain, bagi franchisee, bisnis waralaba menawarkan peluang untuk memulai bisnis dengan dukungan dari merek yang sudah dikenal dan memiliki reputasi yang baik. Merek waralaba biasanya telah membangun kesadaran merek, strategi pemasaran, dan sistem operasional yang sukses. Franchisee juga mendapatkan manfaat dari pelatihan awal dan terus-menerus, panduan operasional, serta dukungan dari franchisor dalam hal pemasaran, manajemen inventaris, dan pengembangan bisnis. Ada beberapa langkah utama dalam memulai bisnis waralaba. Pertama, franchisee perlu melakukan riset menyeluruh tentang merek waralaba yang diminati. Mereka harus memeriksa track record dan reputasi franchisor, mengevaluasi keberhasilan waralaba yang sudah ada, dan memahami kewajiban dan persyaratan yang diberlakukan oleh franchisor (Wulandari & Suastika, 2022).

Setelah memilih merek waralaba yang tepat, franchisee perlu mengajukan permohonan kepada franchisor. Proses ini melibatkan pengajuan aplikasi, pertemuan dengan tim franchisor, dan peninjauan lebih lanjut terkait dengan kemampuan keuangan dan kepemimpinan calon franchisee. Jika disetujui, franchisee akan membayar biaya awal waralaba kepada franchisor dan menandatangani perjanjian waralaba. Menurut Siti Maryatul Kiptiyah, (2018) Biaya awal waralaba adalah jumlah yang harus dibayar oleh franchisee kepada franchisor sebagai ganti penggunaan merek dagang, pelatihan awal, panduan operasional, dan dukungan bisnis yang diberikan. Biaya ini dapat bervariasi tergantung pada merek waralaba dan industri yang terlibat. Selain biaya awal, franchisee juga biasanya membayar royalti, yaitu persentase dari pendapatan yang diterima yang harus diberikan kepada franchisor. Royalti ini biasanya dibayar secara periodik, misalnya bulanan atau tahunan.

Setelah memulai operasi, franchisee akan menerapkan sistem operasional dan mengikuti panduan yang telah diberikan oleh franchisor. Ini termasuk aspek-aspek seperti manajemen stok, manajemen keuangan, pemasaran, dan layanan pelanggan. Franchisor biasanya memberikan pelatihan terus-menerus, baik dalam bentuk kelas, webinar, atau dukungan online, untuk memastikan bahwa franchisee tetap mematuhi standar merek dan

mendapatkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Namun, penting bagi franchisee untuk memahami bahwa meskipun model bisnis waralaba menawarkan sejumlah keuntungan, kesuksesan bisnis tidak dijamin. Franchisee harus bekerja keras, mematuhi sistem dan panduan yang diberikan, dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Mereka juga harus memahami risiko dan kewajiban yang terkait dengan bisnis waralaba, termasuk biaya yang terkait dengan biaya awal, royalti, dan pembelian produk atau layanan dari franchisor (Shalihah, 2016).

Selain itu, franchisee juga harus mempertimbangkan aspek hukum dan kontrak yang terlibat dalam bisnis waralaba. Mereka perlu memahami isi perjanjian waralaba, hak dan kewajiban yang terkait, durasi perjanjian, dan kondisi yang diperlukan untuk perpanjangan atau penghentian kontrak. Kesimpulannya, bisnis waralaba adalah model bisnis di mana pemilik usaha memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan bisnis yang sudah ada. Ini adalah peluang bagi franchisee untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan dukungan dan panduan dari merek yang sudah sukses. Namun, franchisee harus melakukan riset yang cermat, memahami kewajiban dan persyaratan, serta siap bekerja keras dan mengelola risiko yang terlibat.

Bisnis waralaba adalah model bisnis di Indonesia yang diatur oleh Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan ("UU Perdagangan"). Dalam bisnis waralaba, pemilik usaha (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk menggunakan merek dagang, nama dagang, atau tanda usaha yang sudah terdaftar, serta sistem operasional dan dukungan bisnis yang telah teruji dan sukses. Bisnis waralaba telah menjadi pilihan yang populer bagi individu yang ingin memiliki bisnis sendiri dengan memanfaatkan merek yang sudah dikenal di pasar (Riva'i, 2012).

Sedangkan menurut UU Perdagangan memberikan definisi dan kerangka hukum yang jelas untuk bisnis waralaba. Menurut undang-undang tersebut, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis antara franchisor dan franchisee, dan perjanjian ini harus memuat berbagai ketentuan yang mencakup hak dan kewajiban kedua belah pihak, durasi perjanjian, wilayah operasional, biaya waralaba, royalti, dan aspek-aspek penting lainnya terkait dengan operasional bisnis waralaba (Firdawaty, 2011).

Baharun & Niswa, (2019) menjelaskan salah satu persyaratan penting dalam bisnis waralaba di Indonesia adalah pendaftaran perjanjian waralaba ke Kementerian Perdagangan. Pendaftaran ini diperlukan agar perjanjian waralaba diakui secara hukum di Indonesia. Franchisor harus melengkapi persyaratan administratif, termasuk menyediakan salinan perjanjian waralaba, serta informasi dan dokumen lain yang diminta oleh Kementerian Perdagangan. Franchisor dalam bisnis waralaba memiliki kewajiban untuk memberikan dukungan kepada franchisee. Ini meliputi penyediaan panduan operasional, pelatihan, dan bimbingan untuk membantu franchisee dalam menjalankan bisnis dengan sukses. Franchisor juga bertanggung jawab untuk menjaga kualitas dan reputasi merek waralaba serta memberikan pembaruan terkait sistem usaha yang diterapkan.

Di sisi lain, franchisee memiliki kewajiban untuk mematuhi standar operasional dan merek dagang yang ditetapkan oleh franchisor. Mereka juga harus membayar biaya waralaba dan royalti sesuai dengan perjanjian. Selain itu, franchisee juga memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen dan mematuhi peraturan perlindungan konsumen yang berlaku. Selain UU Perdagangan, ada juga peraturan lain yang relevan dengan bisnis waralaba di Indonesia. Misalnya, peraturan tentang merek dagang dan tanda usaha yang melindungi hak-hak pemilik merek. Franchisee harus memastikan bahwa merek yang digunakan dalam bisnis mereka adalah merek yang terdaftar dan melindungi merek tersebut dari penyalahgunaan (Serfiyani dkk., 2016).

Menurut Bukido & Bamatraf, (2018) Peraturan persaingan usaha juga penting dalam bisnis waralaba. Franchisee dan franchisor harus mematuhi peraturan yang melarang praktik-praktik anti-persaingan seperti penetapan harga, pembagian pasar, atau penyalahgunaan kekuatan pasar yang dapat merugikan pesaing atau konsumen. Dalam hal penyelesaian sengketa, UU Perdagangan memberikan ketentuan tentang penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti melalui mediasi atau arbitrase, untuk menyelesaikan perselisihan antara franchisor dan franchisee.

Bisnis waralaba di Indonesia memiliki potensi yang besar dan terdapat banyak merek waralaba yang sukses dan terkenal di pasar. Namun, sebelum memutuskan untuk menginvestasikan waktu, uang, dan usaha dalam bisnis waralaba, calon franchisee perlu melakukan riset yang cermat. Mereka harus mempelajari dengan seksama perjanjian waralaba yang diajukan, mengumpulkan informasi tentang kinerja bisnis waralaba tersebut, dan melihat apakah bisnis tersebut sesuai dengan minat, kemampuan, dan tujuan bisnis mereka. Penting bagi franchisee dan franchisor untuk berkonsultasi dengan ahli hukum yang berpengalaman dalam hukum perusahaan dan perdagangan untuk memastikan bahwa mereka memahami dan mematuhi semua persyaratan hukum yang berlaku terkait dengan bisnis waralaba di Indonesia. Mengingat kompleksitas hukum yang terlibat, kerja sama dengan penasihat hukum dapat membantu melindungi kepentingan kedua belah pihak dan memastikan bahwa bisnis waralaba berjalan dengan baik dan sesuai dengan hukum.

METODE

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka. Jenis penelitian studi pustaka digunakan untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang suatu topik atau fenomena dengan menganalisis literatur dan sumber-sumber yang relevan yang dimana dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis bisnis waralaba dalam perspektif hukum ekonomi islam. adapun data, diperoleh melalui kajian dan analisis terhadap berbagai referensi seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan kemudian peneliti menarik benang merah dan menyimpulkan dari hasil temuan dan kajian penelitian (Aditya dkk., 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Syari'ah adalah petunjuk yang diberikan oleh Allah SWT melalui Al-Qur'an dan ditunjukkan oleh contoh dan tindakan Rasulullah Muhammad SAW. Ini memberikan arahan dan pedoman bagi umat Muslim dalam setiap aspek kehidupan mereka. Syari'ah memiliki tingkatan nilai tindakan manusia, yang mencakup wajib (yang harus dilakukan), sunnah (yang dianjurkan), makruh (yang tidak disukai), mubah (yang diperbolehkan), dan haram (yang dilarang). Dengan mengacu pada tingkatan ini, seorang Muslim dapat memahami nilai dan implikasi spiritual dari tindakan yang mereka lakukan, dan membedakan antara yang benar dan yang salah dalam pandangan agama.

Al-Qur'an merupakan sumber utama hukum dalam Islam. Ini berisi prinsip-prinsip yang dijelaskan, diterapkan, dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Al-Qur'an memberikan panduan untuk berbagai aspek kehidupan, termasuk agama, sosial, ekonomi, politik, dan hukum. Sebagai Muslim, sangat penting untuk melaksanakan perintah Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur'an. Selain Al-Qur'an, tindakan dan perkataan Rasulullah SAW juga menjadi sumber penting dalam hukum dan kehidupan Islami. Rasulullah SAW adalah contoh teladan yang sempurna bagi umat Muslim, dan segala tindakan dan perkataannya sangat terikat dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an. Perilaku, tindakan, dan kata-kata beliau memberikan contoh konkret tentang bagaimana menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Rasulullah SAW terlibat dalam semua aspek kehidupan sosial dan menunjukkan bagaimana kehidupan, dalam semua dimensinya, dapat dijalani dengan nilai-nilai spiritual. Melalui dedikasi beliau dalam membangun komunitas Islami, beliau mempraktikkan konsep Qurani yang diwahyukan oleh Allah SWT kepada umat manusia. Rasulullah SAW menjadi teladan yang menginspirasi umat Muslim dalam memahami dan menerapkan hukum dan prinsip-prinsip Islami. Kepribadian, tindakan, dan perkataan Rasulullah SAW telah meninggalkan pengaruh yang kuat dalam kesadaran individu Muslim. Penelitian terhadap riwayat hidup dan hadis Rasulullah SAW menjadi sumber penting untuk memahami ajaran-ajarannya dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu didalam bisnis atau ekonomi pandangan Islam, jual beli atau transaksi ekonomi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia. Islam mengatur prinsip-prinsip yang harus dipatuhi dalam jual beli agar sesuai dengan syariat. Berikut adalah beberapa pandangan Islam terhadap jual beli:

1. Prinsip Keadilan: Jual beli dalam Islam harus didasarkan pada prinsip keadilan dan kesetaraan antara pembeli dan penjual. Tidak boleh ada penipuan, penyalahgunaan, atau manipulasi informasi dalam transaksi. Kedua belah pihak harus memberikan informasi yang jujur dan transparan mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan.
2. Larangan Riba: Riba, atau bunga, dilarang dalam Islam. Dalam transaksi jual beli, tidak diperbolehkan untuk menetapkan tambahan harga (riba) atas pembiayaan yang diberikan atau mengambil keuntungan dari uang yang dipinjamkan. Transaksi harus dilakukan dengan prinsip keadilan tanpa adanya elemen riba.
3. Larangan Gharar dan Maisir: Islam melarang transaksi yang melibatkan gharar (ketidakpastian yang berlebihan) dan maisir (perjudian atau spekulasi). Transaksi harus dilakukan dengan kejelasan mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan, serta tanpa unsur ketidakpastian atau spekulasi yang berlebihan.

4. Ketaatan terhadap Syarat dan Ketentuan: Dalam transaksi jual beli, pihak yang terlibat harus mematuhi syarat dan ketentuan yang telah disepakati. Kedua belah pihak harus saling memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perjanjian, termasuk pembayaran harga, penyerahan barang, dan pemenuhan kualitas yang dijanjikan.
5. Kepentingan Bersama: Dalam jual beli, Islam mengajarkan pentingnya mempertimbangkan kepentingan bersama antara pembeli dan penjual, serta kepentingan umum. Transaksi yang memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dan masyarakat secara luas dianjurkan dalam Islam.
6. Larangan Memperjualbelikan Barang Haram: Dalam Islam, tidak diperbolehkan memperjualbelikan barang-barang yang diharamkan, seperti alkohol, daging babi, narkoba, dan barang-barang yang bertentangan dengan nilai-nilai moral dan etika Islam. Transaksi harus dilakukan dengan barang atau jasa yang halal dan sesuai dengan syariat.
7. Zakat dan Infak: Islam mendorong umatnya untuk berpartisipasi dalam redistribusi kekayaan melalui zakat (sumbangan wajib) dan infak (sumbangan sukarela). Dalam konteks jual beli, zakat dapat dikenakan pada harta atau keuntungan yang mencapai nisab (batas minimum) dan telah mencapai haul (masa kepemilikan yang telah berlalu).

Pandangan Islam terhadap jual beli adalah bahwa transaksi harus dilakukan dengan keadilan, kejujuran, dan kesepakatan bersama. Larangan riba, gharar, maisir, dan barang haram harus dipatuhi, sementara kepentingan bersama dan ketaatan terhadap syarat dan ketentuan harus dijaga. Dalam jual beli, Islam juga mengajarkan pentingnya berpartisipasi dalam zakat dan infak sebagai bentuk kepedulian sosial dan keseimbangan ekonomi dalam masyarakat.

Dalam perspektif hukum Islam, bisnis waralaba dapat dievaluasi berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang diakui dalam Islam. Meskipun tidak ada hukum khusus yang secara spesifik mengatur bisnis waralaba dalam hukum Islam, konsep-konsep umum dalam syariah dapat memberikan panduan dalam menilai kehalalan atau ketaatan bisnis waralaba. Pertama-tama, dalam bisnis waralaba, penting untuk memperhatikan prinsip keadilan dalam transaksi. Hukum Islam menekankan pentingnya kesetaraan hak dan kewajiban antara franchisor dan franchisee dalam perjanjian waralaba. Perjanjian harus adil dan saling menguntungkan kedua belah pihak, serta menghindari ketidakadilan atau penindasan.

Selanjutnya, bisnis waralaba harus memastikan jaminan kualitas dan transparansi. Franchisor harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada franchisee mengenai merek dagang, sistem operasional, dan prosedur yang harus diikuti. Franchisee harus dapat memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh franchisor. Transparansi juga diperlukan dalam aspek keuangan, seperti pembagian keuntungan, biaya royalti, dan biaya lainnya yang terkait dengan bisnis waralaba.

Prinsip keberlanjutan dan kestabilan juga penting dalam bisnis waralaba. Franchisee dan franchisor harus menjaga kelangsungan bisnis dalam jangka panjang dan mengadopsi strategi bisnis yang berkelanjutan. Mereka harus memperhatikan aspek lingkungan, masyarakat, dan karyawan dalam operasional bisnis mereka. Hal ini mencakup menghindari praktik yang merugikan lingkungan, masyarakat, atau pekerja, serta mengadopsi tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam bisnis waralaba, pembagian keuntungan juga menjadi pertimbangan penting dalam perspektif hukum Islam. Franchisor dan franchisee harus memastikan pembagian keuntungan yang adil dan proporsional sesuai dengan kesepakatan yang disepakati dalam perjanjian waralaba. Pembagian keuntungan yang tidak adil atau eksploitasi ekonomi bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam.

Selain itu, aspek etika dan moral juga perlu diperhatikan dalam bisnis waralaba. Bisnis harus menjauhi praktik-praktik yang melanggar prinsip-prinsip etika Islam, seperti penipuan, pemalsuan, atau penindasan. Praktik bisnis harus mencerminkan integritas, kejujuran, dan nilai-nilai Islam yang tinggi.

Dalam bisnis waralaba, tanggung jawab sosial juga menjadi aspek penting. Franchisor dan franchisee harus memperhatikan kesejahteraan umum dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Mereka harus mempertimbangkan kepentingan sosial yang lebih luas dalam pengambilan keputusan bisnis dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dalam bentuk program sosial, pelatihan karyawan, atau pengembangan ekonomi lokal.

Namun, penting untuk dicatat bahwa penilaian terhadap kepatuhan bisnis waralaba terhadap prinsip-prinsip Islam dapat bervariasi tergantung pada interpretasi ulama atau otoritas hukum Islam yang relevan. Oleh karena itu, individu atau perusahaan yang tertarik untuk menjalankan bisnis waralaba dalam perspektif hukum Islam sebaiknya berkonsultasi dengan ulama atau ahli hukum Islam yang berkompeten dan terpercaya untuk mendapatkan panduan yang lebih spesifik dan tepat sesuai dengan kondisi dan konteks mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis diatas dapat disimpulkan, bisnis waralaba dalam perspektif hukum Islam membutuhkan keadilan, transparansi, jaminan kualitas, keberlanjutan, pembagian keuntungan yang adil, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap etika Islam. Prinsip-prinsip ini harus menjadi landasan dalam menjalankan bisnis waralaba agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, bisnis waralaba dapat dikembangkan secara etis dan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang Islami.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, Y., Pratama, A., & Nurlifa, A. (2010). *STUDI PUSTAKA UNTUK STEGANOGRAFI DENGAN BEBERAPA METODE*.

Baharun, H., & Niswa, H. (2019). Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 75–98. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v13i1.75-98>

Bukido, R., & Bamatraf, L. F. (2018). Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Menegakan UndangUndang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.30984/as.v15i1.474>

Firdawaty, L. (2011). PERJANJIAN WARALABA MENURUT HUKUM ISLAM. *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.24042/asas.v3i1.1652>

- Riva'i, M. (2012). Pengaturan Waralaba Di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.32546/lq.v1i2.146>
- Serfiyani, C. Y., Purnomo, R. S. D., & Hariyani, I. (2016). *FRANCHISE TOP SECRET: Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*. <https://repository.unej.ac.id/xmlui/handle/123456789/78154>
- Shalihah, M. (2016). *KONSEP SYIRKAH DALAM WARALABA*. 2.
- Siti Maryatul Kiptiyah, 14312526. (2018). *ANALISIS STRATEGI CV. KEDAI DIGITAL SEBAGAI BISNIS WARALABA INDUSTRI KREATIF BIDANG DESAIN*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/11623>
- Wulandari, I. G. A. A., & Suastika, I. N. (2022). Bisnis Waralaba Bidang Pendidikan Ditinjau Dari Perspektif Tri Hita Karana: Studi Literasi. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.37329/cetta.v5i2.1525>
- Yuliani, R. (2015). Analisis Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 4(1,2), Article 1,2. <https://doi.org/10.37715/jee.v4i1,2.246>
- Yusuf, M. (2009). *Tinjauan konsep bisnis waralaba (franchise) berdasarkan ketentuan hukum islam*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/10204/Tinjauan-konsep-bisnis-waralaba-franchise-berdasarkan-ketentuan-hukum-islam>