

TANGGUNGJAWAB PARA PIHAK YANG MELAKUKAN WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN USAHA WARALABA ONLINE

Oleh :

Erniwati,SH.,M.Hum

Suryani Yusi,SH.,M.Hum

ABSTRAK

Perjanjian waralaba merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemberi waralaba (yang sering disebut *franchisor*) dan penerima waralaba (yang sering disebut *franchisee*). Penerima waralaba ketika setuju untuk usaha waralaba yang ditawarkan kepada dia harus tunduk pada perjanjian yang ada. Hal-hal yang sedemikian hendaknya juga berlaku terhadap waralaba-waralaba *on line*.

Rata-rata waralaba *online* ini adalah waralaba dengan skala kecil, jika ada yang berminat untuk menjalankan usaha ini maka kesepakatan atau perjanjian terjadi hanya lewat media sosial tanpa adanya perjanjian baku antara kedua belah pihak. Mereka tidak saling bertemu bahkan juga tidak ada pelatihan kerja terkait dengan konsep pemasaran. Ketika persetujuan itu ada dan sejumlah uang yang telah dikirimkan maka sejak itulah perjanjian waralaba online terjadi.

Pertanggung jawaban para pihak dalam perjanjian waralaba online terdapat dalam Pasal 5, dan 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kata Kunci : Waralaba, Online, Tanggung Jawab

ABSTRACT

The franchise agreement is a legal guide that outlines the responsibilities of the franchisor (often called the franchisor) and the franchisee (which is often called the franchisee). When the franchisee agrees to the franchise business offered to him, he must comply with the existing agreement. the same should also apply to online franchises.

On average, these online franchises are small-scale franchises, if anyone is interested in running this business, the agreement or agreement occurs only through social media without a standard agreement between the two parties. They did not see each other nor did they have any job training related to marketing concepts. When the agreement exists and a certain amount of money has been sent, that's when the online franchise agreement took place.

The responsibilities of the parties in the online franchise agreement are contained in Articles 5, and 7 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

Keywords: Franchise, Online, Responsibility

A. Latar Belakang

Dinamika sosial masyarakat di dunia saat ini telah mengalami perubahan pesat, hal ini ditandai oleh perkembangan yang spektakuler di bidang teknologi. Salah satu perkembangan teknologi tersebut diantaranya adalah dengan ditemukannya *internet* yaitu teknologi yang memungkinkan kita melakukan pertukaran informasi dengan siapapun dan dimanapun orang tersebut berada tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Setelah internet terbuka bagi masyarakat luas, internet mulai digunakan juga untuk kepentingan perdagangan atau bisnis. Setidaknya ada dua hal yang mendorong kegiatan bisnis dalam kaitannya dengan kemajuan teknologi yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri dan kemudahan untuk melakukan transaksi bisnis.¹

Beberapa bentuk kerjasama bisnis yang saat ini banyak sekali digunakan di Indonesia, semakin mudah dan banyaknya model bisnis yang ditawarkan, memberikan peluang yang sangat besar bagi para pelaku usaha untuk memulai bahkan memperbesar jaringan usahanya. Beberapa bentuk kerjasama bisnis yang saat ini banyak sekali digunakan di Indonesia, salah satunya waralaba.

Secara umum, waralaba adalah hak untuk mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen, yang mana hak tersebut diberikan secara langsung oleh pemilik merek kepada individu atau kelompok, yang dalam hal ini disebut sebagai penerima waralaba dengan ketentuan-ketentuan tertentu.²

Pengertian waralaba dalam Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, adalah : “Hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usahaterhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan /atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.³

Waralaba menurut Asosiasi Franchise Internasional adalah hubungan antara dua pihak (pemberi waralaba dan penerima waralaba) di mana pengetahuan, citra,

¹ Agus Raharjo, *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm.1

² Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi Untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, Yogyakarta, 2014, hlm 148

³ Lihat Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

keberhasilan dan teknik pemasaran pihak penerima waralaba diperoleh dari pihak franchisor.⁴

Konsep waralaba adalah suatu sistem bisnis yang pada mulanya muncul di Amerika, tetapi kemudian dengan cepat menyebar ke seluruh dunia, tak terkecuali negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Sistem waralaba ini dapat diterapkan untuk beberapa bidang usaha seperti restoran, salon, bengkel, dan apotek. Konsep bisnis waralaba memiliki beberapa keunggulan yaitu dapat memperluas jaringan usaha dengan cepat, menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan, menciptakan lapangan kerja baru, mampu mempercepat alih teknologi, dan meningkatkan peluang usaha bagi usaha kecil dan menengah (UKM) serta merupakan pilihan berwirausaha dengan resiko kecil.

Usaha waralaba pada umumnya mengharuskan dilakukan perjanjian, dimana perjanjian yang ada itu adalah perjanjian baku yang dibuat terlebih dahulu oleh pemberi waralaba. Perjanjian baku (standar) adalah perjanjian yang diterapkan secara sepihak oleh produsen/pelaku usaha yang mengandung ketentuan yang berlaku umum (massal) sehingga pihak konsumen hanya mempunyai 2 pilihan saja yaitu :

1. Apabila konsumen membutuhkan produk barang dan/atau jasa yang ditawarkan, maka stujuilah perjanjian dengan syarat-syarat baku yang telah ditentukan oleh pelaku usaha (*Take It*)
2. Apabila konsumen tidak menyetujui syarat-syarat baku ditawarkan oleh pelaku usaha tersebut, maka jangan membuat perjanjian dengan pelaku usaha yang bersangkutan (*Leave It*)⁵

Ketentuan mengenai klausula baku diatur dalam Pasal 18 ayat (1), (2) dan (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi :

- 1). Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukan untuk di perdagangkan dilarang membuat dan mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha,
 - b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang di beli konsumen,
 - c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang di bayarkan atas barang yang di beli konsumen,

⁴Mas'ud, Machfoedz dan Mahmud, Machfoedz, *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*, BPFE, Yogyakarta , 2015, hlm 119.

⁵Nasution Az, *Konsumen Dan Hukum*, :Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1999, hal. 97

- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang di beli oleh konsumen secara angsuran,
 - e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen,
 - f. Memberikan hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa,
 - g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baku, tambahan, lanjutan dan/atau penggabungan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang di belinya,
 - h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang di beli oleh konsumen secara angsuran.
- 2). Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat terbaca secara jelas, atau yang mengungkapkannya sulit dimengerti
 - 3). Setiap klausula baku yang telah di tetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagai dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

Perjanjian waralaba merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemberi waralaba (yang sering disebut *franchisor*) dan penerima waralaba (yang sering disebut *franchisee*). Penerima waralaba ketika setuju untuk usaha waralaba yang ditawarkan kepada dia harus tunduk pada perjanjian yang ada. Hal-hal yang sedemikian hendaknya juga berlaku terhadap waralaba-waralaba *on line*.

Rata-rata waralaba *online* ini adalah waralaba dengan skala kecil, jika ada yang berminat untuk menjalankan usaha ini maka kesepakatan atau perjanjian terjadi hanya lewat media sosial tanpa adanya perjanjian baku antara kedua belah pihak. Mereka tidak saling bertemu bahkan juga tidak ada pelatihan kerja terkait dengan konsep pemasaran. Ketika persetujuan itu ada dan sejumlah uang yang telah dikirmkan maka sejak itulah perjanjian waralaba online terjadi.

Tanpa adanya perjanjian tertulis, maka sangat berpengaruh terhadap kemungkinan resiko hukum yang terjadi dalam pelaksanaan usaha waralaba online. Dimana salah satu pihak dapat saja melakukan hal-hal yang bisa merugikan kelangsungan usaha mereka sehingga kepastian hukum kepada para pihak sulit tercapai.

B. Permasalahan

Adapun permasalahan yang akan penulis teliti adalah mengenai tanggungjawab para pihak yang melakukan wanprestasi dalam perjanjian usaha waralaba online?

C. Pembahasan

Pada umumnya suatu perjanjian dibuat dalam bentuk tertulis antara para pihak yang terlibat dalam perjanjian, namun adapula perjanjian yang dibuat secara lisan dimana subjek dan objek perjanjian hanya dapat diyakini oleh para pihak yang membuat perjanjian. Perjanjian secara lisan tidak diatur secara spesifik dalam KUHPerdara maupun dalam peraturan perundang-undangan lainnya sehingga perjanjian lisan hanya mengikuti pengaturan perjanjian pada umumnya yang terdapat dalam KUHPerdara, misalnya Pasal 1320 KUHPerdara dan Pasal 1338 KUHPerdara).

Salah satu contoh perjanjian secara lisan adalah pada usaha waralaba online yang pada saat ini semakin menjamur di Indonesia. Dimana konsep penawaran usaha waralaba ini biasanya melalui media sosial misalnya facebook, instagram dll. Produk yang ditawarkan pada waralaba online dengan memperlihatkan gambar-gambar terkait dengan aktifitas penjualan waralaba yang merupakan konsep penjualan waralaba. Jika ada pihak yang berminat untuk menjalankan usaha waralaba ini maka kesepakatan atau perjanjian terjadi hanya lewat sosial media tanpa adanya perjanjian tertulis antara para pihak.

Antara pemberi dan penerima waralaba tidak saling bertemu bahkan tidak ada pelatihan terkait dengan konsep pemasaran, sehingga ketika terjadi persetujuan itu ada dan sejumlah uang yang telah dikirimkan maka sejak itulah perjanjian waralaba online terjadi.

Dengan adanya perjanjian yang berbentuk lisan dalam waralaba online tersebut maka sangat mungkin terjadi wanprestasi dalam pelaksanaannya sehingga salah satu pihak merasa dirugikan.

Untuk menghindari kerugian tersebut pemberi waralaba harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba paling singkat 2 (dua)

minggu sebelum penandatanganan waralaba (Pasal 4 ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah, kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Akan tetapi pada usaha waralaba online, pemberi waralaba tidak memberikan prospektus pada penerima waralaba. Padahal prospektus penawaran sangat berguna untuk penerima waralaba agar penerima waralaba agar penerima waralaba mengetahui gambaran umum tentang usaha waralaba yang ditawarkan kepadanya.

Terkait dengan hak dan kewajiban dari pemberi dan penerima waralaba, dalam prospektus memang telah diatur tentang hal tersebut, namun prospektus tersebut tidak memiliki kekuatan hukum.

Aspek hukum waralaba, terdiri dari perjanjian waralaba, legalitas usaha, hak cipta, paten dan merek, ketenagakerjaan dan perpajakan. Salah satu aspek hukum yang penting adalah perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba merupakan suatu perjanjian yang tidak diatur dalam kitab undang-undang hukum perdata karena perjanjian waralaba itu termasuk perjanjian Innominat (perjanjian tak bernama) yang tunduk pada asas kebebasan berkontrak yang artinya bahwa kedua belah pihak dalam suatu perjanjian bebas membuat perjanjian yaitu bebas dalam bentuk, isi, pelaksanaan perjanjian asal tidak bertentangan dengan Undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan.

Perjanjian Waralaba merupakan Perjanjian yang dibuat dalam bentuk perjanjian baku yang dibuat oleh pemberi waralaba dan diberlakukan terhadap semua calon penerima waralaba tanpa terkecuali. Oleh karena itu calon penerima waralaba hanya dapat memilih menerima atau menolak perjanjian tersebut tanpa ikut menentukan isinya.⁶

Pemberi waralaba mempunyai peluang diuntungkan, di mana pemberi waralaba dapat menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan penerima waralaba, dikarenakan untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian

⁶ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta 2007

pemberi waralaba, maka kedudukan para pihak didalam perjanjian tidak seimbang di mana pemberi waralaba mempunyai kedudukan yang kuat dalam menentukan perjanjian yang dibuatnya.

Dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 dan Pasal 5 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, perjanjian waralaba harus memuat klausula antara lain:

- a. Nama dan alamat para pihak
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual
- c. Kegiatan usaha
- d. Hak dan kewajiban para pihak
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- f. Wilayah usaha
- g. Jangka waktu perjanjian
- h. Tata cara pembayaran imbalan
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris
- j. Penyelesaian sengketa
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian
- l. Jaminan dari pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajiban kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga perjanjian berakhir
- m. Jumlah gerai yang akan dikelola penerima waralaba

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dandikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Perjanjian waralaba melibatkan kedua belah pihak yaitu *franchisee* (penerima waralaba) dan *franchisor*(pemberi waralaba) dan juga tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor*, misalnya hak teritorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan

perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *franchisor*.

Kesuksesan dari perjanjian waralaba sangat ditentukan dari kerjasama yang sinergi, sehingga penting bagi kedua belah pihak yaitu *franchisor* sebagai pemberi waralaba dengan *franchisee* sebagai penerima waralaba mengetahui kedudukan dan tanggung jawabnya para pihak agar kerjasama tersebut dapat dilaksanakan dengan baik.

Mengenai pertanggung jawaban para pihak dalam perjanjian waralaba online ada hubungan dengan hak dan kewajiban para pihak dalam hal ini konsumen dan produsen yang terdapat dalam Pasal 4, 5, 6 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

Pasal 4 Hak-hak konsumen adalah :

- a. Hak konsumen mendapatkan keamanan, kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- c. Hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- d. Hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- e. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- f. Hak konsumen untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
- g. Hak konsumen untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- h. Hak konsumen untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 berbunyi :

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 6 hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatunya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 :

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan demikian keharusan membuat sebuah perjanjian dalam usaha waralaba haruslah dipenuhi. Pengusaha yang menawarkan konsep pemasaran waralaba secara online tidaklah masalah asalkan ketika melakukan perjanjian waralaba sebaiknya secara tertulis bukan lisan agar hak-hak dari penerima waralaba dapat dilindung.

D. Penutup

1. Kesimpulan

Pertanggung jawaban para pihak dalam perjanjian waralaba online terdapat dalam Pasal 5, dan 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

Pasal 5 berbunyi : Kewajiban konsumen adalah :

- i. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- ii. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- iii. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- iv. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 7 :Kewajiban pelaku usaha adalah :

- i. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- ii. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- iii. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- iv. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- v. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- vi. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- vii. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Saran-Saran

- a. . Mengenai ketentuan pertanggungjawaban para pihak dalam perjanjian waralaba ada baiknya apabila diatur dalam pasal tersendiri agar lebih jelas lagi, sehingga peryanggungjawaban para pihak yang diberikan dapat maksimal, termasuk di dalamnya perlindungan hukum bagi para pihak bila terjadi wanprestasi

- b. Sebaiknya polisi yang menangani kasus-kasus penipuan bisnis online adalah mereka yang sudah menguasai bidang teknologi informasi dan komunikasi atau mereka yang memahami seluk beluk kejahatan siber. Hal tersebut sangat penting untuk mencegah polisi penerima laporan atau penyidik yang kemudian ditunjuk tidak mengerti dan tidak memahami duduk perkara, untuk tercapainya keadilan hukum dan keamanan dalam masyarakat konvensional maupun masyarakat dalam dunia siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Yudha Hernako, *Hukum Perjanjian*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta. 2010
- Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi Untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, Yogyakarta, 2014
- Mas'ud, Machfoedz dan Mahmud, Machfoedz, *Kewirausahaan : Metode, Manajemen dan Implementasi*, BPFE, Yogyakarta, 2015
- Nasution Az, *Konsumen Dan Hukum*, :Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1999
- Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta 2007