

ADAPTASI PENGATURAN
WARALABA BERDASARKAN
EUROPEAN CODE OF ETHICS
FOR FRANCHISING DI
INDONESIA DALAM RANGKA
MENJAMIN KEPASTIAN
HUKUM GUNA Mendukung
PERKEMBANGAN EKONOMI

Submission date: 05-Oct-2020 10:20PM (UTC+0700)

Submission ID: 1405957315

File name: 14_ADAPTASI_PENGATURAN_WARALABA.docx (34.73K)

Word count: 2734

by P. Lindawaty S.sewu, Rahel Octora

Character count: 17833

KREATIF

**ADAPTASI PENGATURAN WARALABA BERDASARKAN
EUROPEAN CODE OF ETHICS FOR FRANCHISING DI
INDONESIA DALAM RANGKA MENJAMIN KEPASTIAN
HUKUM GUNA Mendukung PERKEMBANGAN EKONOMI
KREATIF**

P. Lindawaty S.Sewu ¹⁾
Rahel Octora ²⁾

1) Fakultas Hukum Universitas Kristen Maranatha - Bandung 40164
Telepon: 022-2012186 ext 1814
email : lindawatysewu@gmail.com

2) Fakultas Hukum Universitas Kristen Maranatha - Bandung 40164
Telepon: 0224012186 ext 1814
email: octorael@hotmail.com

Abstrak

Saat ini, perkembangan ekonomi kreatif berlangsung dengan sangat pesat. Kreatifitas manusia dalam menciptakan produk-produk yang unik semakin berkembang dan bisnis penjualan produk-produk yang bersifat unik ini pun semakin digemari. Di era ekonomi kreatif ini, format bisnis waralaba (franchise) menjadi salah satu cara pengembangan usaha yang dipilih oleh pelaku usaha dalam rangka mendistribesikan produknya. Hubungan hukum antara pemberi dan penerima waralaba diatur di dalam sebuah perjanjian. Di Indonesia, pengaturan tentang klausula perjanjian waralaba terdapat dalam Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri Perdagangan. Di Eropa, terdapat European Code Of Ethics For Franchising yang substansinya merupakan pedoman pelaksanaan bisnis waralaba di wilayah Eropa. Perkembangan hukum waralaba yang bersifat positif di Eropa layak diadaptasi oleh sistem hukum Indonesia untuk tercapainya keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan hukum bagi para pihak. Pada akhirnya kepastian hukum di bidang pengaturan waralaba dapat menunjang perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perbandingan hukum, dengan membandingkan sistem pengaturan klausula perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia dengan European Code Of Ethics For Franchising yang berlaku di Eropa. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat beberapa aturan dalam European Code of Ethics For Franchising yang perlu diadaptasi oleh sistem hukum Indonesia diantaranya mengenai kemungkinan pembaharuan sistem kerja, kemungkinan Penerima Waralaba mengalihkan bisnisnya dan hak-hak terdahulu dari Pemberi Waralaba, dan ketentuan untuk menyerahkan barang-barang berwujud maupun tidak berwujud kepada pemberi waralaba atau pemilik dari hak kebendaan tersebut dalam hal perjanjian waralaba diakhiri.

Kata kunci: waralaba, perjanjian, klausula, hukum Indonesia, European Code Of Ethics For Franchising

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi tidak terlepas dari pembangunan di bidang hukum karena hukum terus berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat sejalan dengan perkembangan pesat di bidang ilmu dan teknologi. Hukum merupakan salah satu pilar yang perlu diperhatikan untuk memperkuat bangsa Indonesia di dalam menghadapi kemajuan serta perkembangan ilmu dan

teknologi yang sangat pesat. Hukum mempunyai peran penting dalam menjaga keseimbangan dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan aktivitas bisnis dan ekonomi menuntut hukum untuk senantiasa siap dalam mengantisipasi setiap perkembangan yang muncul

Di era perkembangan ekonomi kreatif saat ini waralaba dianggap sebagai suatu strategi bisnis yang cukup berkembang. Perkembangan tersebut tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan mutu dalam memperoleh barang dan jasa. Waralaba dianggap dapat menjamin kualitas (mutu) produk, sehingga mutu produk menjadi terstandarisasi. Waralaba terbangun dari berbagai unsur antara lain unsur standar mutu, proses produksi, sistem manajemen yang handal serta reputasi merek dagang dari pemberi waralaba.

Indonesia akan menghadapi *ASEAN Economic Community* (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN akhir 2015. Indonesia sebagai negara ASEAN, harus mempersiapkan diri terutama dalam masalah hukum. Dalam penelitian ini kesiapan hukum yang dimaksud yaitu dalam bidang hukum waralaba.

Saat ini, di dalam praktik waralaba internasional di Eropa, berlaku *European Code of Ethics for Franchising* (versi pertama diterbitkan pada tahun 1972). *European Code of Ethics for Franchising* (selanjutnya disingkat EEF), yang merupakan pedoman bagi pembentukan klausula dalam perjanjian waralaba yang berlaku di negara-negara Eropa. Dengan adanya ketentuan dalam EEF, diharapkan dapat tercipta standarisasi substansi perjanjian waralaba, sehingga kepastian hukum serta perlindungan hukum bagi para pihak di dalam perjanjian waralaba dapat tercapai. Substansi pengaturan dalam EEF layak untuk ditelaah dan dikaji apakah pengaturan perjanjian waralaba dalam EEF telah dapat mencapai kepastian dan perlindungan hukum. Selain itu perlu dikaji apakah sistem pengaturan perjanjian waralaba didalam sistem hukum Indonesia telah dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi praktik waralaba di Indonesia. Dengan memperbandingkan kedua sistem pengaturan tersebut, diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai persamaan dan perbedaan dari keduanya, dan hasilnya dapat dipergunakan untuk mengembangkan dan menyempurnakan sistem pengaturan perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia saat ini.

1.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan jenis penelitian hukum yang mengambil data kepustakaan. Penelitian yuridis normatif yang merupakan penelitian utama dalam penelitian ini adalah penelitian hukum kepustakaan. Dalam penelitian ini bahan pustaka merupakan data dasar penelitian yang digolongkan sebagai data sekunder. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah perbandingan hukum.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Waralaba dan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep ekonomi yang memberikan nilai tinggi pada kreatifitas, inovasi dan penciptaan yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memberikan nilai tambah atas suatu produk baik barang maupun jasa. Kreasi dan daya cipta individu menjadi faktor atau modal yang penting dalam kegiatan ekonomi dalam rangka meraih keuntungan finansial. Kreasi ini dituangkan dalam berbagai bentuk, mulai dari konsep usaha, desain lokasi atau tempat usaha, sampai dengan desain kemasan produk dan komposisi atau bentuk produk yang dipasarkan. Sebagai contoh, berbagai kreasi dituangkan dalam penciptaan produk kuliner. Kemasan makanan atau minuman didesain sedemikian rupa sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk

tersebut.

Demikian pula bahwa dengan waralaba. Waralaba adalah suatu format distribusi produk di mana pihak pemberi waralaba memberimu hak kepada penerima waralaba untuk menjalankan bisnis atau usaha yang telah dirintisnya, termasuk berbagai ciri khas usaha yang menyertainya. Hal ini terlaksana berdasarkan perjanjian waralaba. Hal ini berani ide, konsep usaha, kreatifitas usaha bahkan rahasia dagang, merek dagang, dan *intellectual proprety* lainnya yang dimiliki oleh pemberi waralaba diteruskan pada pemberi waralaba untuk diterapkan.

Mengingat di era ekonomi kreatif ini, ide dan kreatifitas pengusaha bernilai ekonomi sangat tinggi, maka terhadapnya harus diberikan perlindungan. Perlindungan dapat diberikan dengan tersedianya aturan hukum yang dapat mengimbangi perkembangan kebutuhan nyata di lingkungan para *creative enterpreneur* yang menjalankan bisnis dengan format waralaba.

2.2. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Waralaba Menurut Pengaturan Hukum Indonesia

Kontrak dianggap suatu hal yang krusial dalam pelaksanaan suatu kegiatan bisnis. Pada dasarnya kontrak merupakan perwujudan dari adanya kesepakatan antara para pihak perihal hak dan kewajiban masing - masing dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis. Dalam sistem hukum Indonesia, pengaturan tentang kontrak terdapat dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pasal 1313 KUHPerdata memberikan rumusan tentang "perjanjian" sebagai berikut:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Lebih lanjut Black's Law Dictionary, merumuskan pengertian agreement sebagai berikut:

*"A coming together of minds; a coming together in opinion or determination; the coming together in accord of two minds on a given proposition. The union of two or more minads in a thing done or to be done; a mutual assent to do a thing... agreement is a broader term; e. g. an agreement might lack an essential element of contract."*¹

Pengertian perjanjian perlu di bedakan dengan pengertian kontrak yang berasal dari bahasa Inggris "contract", yaitu:

*"An agreement between two or more persons which creates an obligation to do or not to do particular thing. Its essentials are competent parties, subject matter, a legal consideration, mutuality agreement. An mutuality obligation, the writing which contains the agreement of parties, with the terms and conditions and which serves as a proof of the obiigation."*²

Syarat sahnya suatu p[er]janjian secara umum diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, untuk sahnya perjanjian terdapat 4 (empat) syarat yang harus dipenuhi. yakni:

- a, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
- c. suatu hal tertentu;
- d. suatu sebab yang halal.”

Michael Trebilcock, dalam bukunya "*The Limits of Freedom of Contract dan The Value and Limits of Law and Economics in Richardson and Hadfield (ed), "The Second Wave of Law and Economics"*", mengidentifikasi empat fungsi hukum kontrak dalam meningkatkan efisiensi ekonomi : kemanfaatan substansi dan bukan pertukaran bersama, mengurangi biaya-biaya transaksi, kesenjangan dalam kontrak yang tidak sempurna, alternatif bagi pembebasan kewajiban dalam situasi tertentu.

Penulis berpendapat bahwa aspek hukum merupakan pilar penting dalam membentuk konsep kontrak, namun hal ini tidak terlepas dari aspek ekonomi, sehingga kontrak tidak hanya dituntut untuk dapat memenuhi aspek hukum yang baik, namun memperhatikan kepentingan para pihak dalam hal ini Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Pola distribusi barang dan jasa yang sedang berkembang dengan pesat saat ini salah satunya adalah *franchise* atau di dalam Bahasa Indonesia kita mengenalnya dengan waralaba. Waralaba berasal dari kata "wara" yang berarti lebih atau istimewa dan "laba" berarti untung. Jadi, waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih / istimewa. Amir Karamoy menyatakan bahwa secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk/jasa dari pemilik (pemberi waralaba) kepada pihak lain (penerima waralaba), yang diatur dalam suatu aturan permainan tertentu.⁴

Peraturan Pemerintah Nomor: 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa yang dimaksudkan dengan waralaba adalah:

"... hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem 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 waralaba".

Suatu perjanjian waralaba memuat klausula-klausula yang akan berfungsi sebagai aturan perihal hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Pengaturan Klausula Perjanjian Waralaba terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/ M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014. Pokok pengaturan klausula perjanjian waralaba berdasarkan peraturan-peraturan tersebut adalah sebagai berikut:

Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit :

- i. nama dan alamat para pihak;
- ii. jenis Hak Kekayaan intelektual;
- iii. kegiatan usaha;
- iv. hak dan kewajiban para pihak;
- v. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba

¹

¹ Henry Campbell Black, *Black Law Dictionary*. Sixth Edition. St. Paul Minn, West Publishing Co, 1990, hlm.367.

² Black's, Op.Cit, hlm.322.

³ Peter Heffey, *Principles of Contract Law*. Sydney: Thomson Legal and Regulatory Limited, 200., hlm. 16.

⁴ Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*. Jakarta: PT Jurnalindo Aksara Grafika, 1996, hlm. 3.

- vi. wilayah usaha;
- vii. jangka waktu perjanjian;
- viii. tata cara pembayaran imbalan;
- ix. kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- x. penyelesaian sengketa; dan
- xi. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.
- xii. jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban hingga jangka waktu perjanjian berakhir.
- xiii. jumlah gerai yang akan dikelola oleh penerima waralaba.

2.3 Pokok-pokok Pengaturan Klasifikasi Perjanjian Waralaba dalam *European Code Of Ethics For Franchising*

European Code of Ethics for Franchising memberikan definisi franchise sebagai berikut:

"... is a system of marketing goods and / or services and / or technology, which is based upon a close and ongoing collaboration between legally and financially separate and independent undertakings. the Franchisor and its Individual Franchisees, where by the franchisors grants its Individual Franchisees the right, and imposes the obligation, to conduct a business in accordance with the Franchisor's concept".

The right entities and compels the individual franchisee, in exchange for a direct or indirect financial consideration, to use the Franchisor's trade name, and/or trade mark and or service mark, know how (), business and technical methods, procedural system, and other industrial and/or intellectual property rights, supported by continuing provision of commercial and technical assistance, within the framework and for the term of written franchise agreement, concluded between parties for this purpose ".⁵*

(Terjemahan bebas dari penulis: "franchising adalah sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi, yang didasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara pelaku-pelaku independen (maksudnya *franchisor* dan *individual franchisee*) dan terpisah baik secara legal (hukum) dan keuangan, dimana *franchisor* memberikan hak pada para *individual franchisee*, dan membebankan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *franchisor*).

Hak ini mewajibkan dan memperbolehkan *individual franchisee*, untuk menggunakan nama dagang franchisor dan atau merek dagang dan atau tanda jasa, *know-how* (*) (cara-cara untuk melakukan bisnis dan metode teknisnya), bisnis, metode teknis, sistem prosedural dan atau hak milik intelektual dan industrial, yang didukung oleh bantuan teknis dan komersial secara terus menerus, didalam kerangka kerja dan yang sesuai dengan persetujuan *franchise* tertulis, yang dibuat oleh para pihak untuk tujuan ini."

⁵ *European Code of Ethics for Franchising*, Januari 1992, hlm. 3.

Menurut EEF, sebuah perjanjian waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula tentang :

Article 5.4: Perjanjian waralaba setidaknya memuat hal-hal di bawah ini:

- 1) Hak pemberi waralaba
- 2) Hak penerima waralaba
- 3) Lingkup kegiatan usaha
- 4) Kewajiban pemberi waralaba
- 5) Kewajiban penerima waralaba
- 6) Kewajiban pembayaran oleh penerima waralaba
- 7) Jangka waktu berlangsungnya perjanjian
- 8) Dasar-dasar pembaharuan kontrak
- 9) Keadaan-keadaan di mana Penerima Waralaba dapat mengalihkan bisnisnya kepada pihak lain dan hak terkait yang dimiliki pemberi waralaba
- 10) Penggunaan identitas bisnis seperti merek dagang, logo, tanda, lambang-lambang dan sebagainya.
- 11) Hak Pemberi Waralaba untuk memperbarui sistem atau metode usaha
- 12) klausul tentang pengakhiran perjanjian
- 13) ketentuan untuk menyerahkan barang-barang berwujud maupun tidak berwujud kepada pemberi waralaba atau pemilik dari hak kebendaan tersebut

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Daian bagian ini akan diuraikan persamaan dan perbedaan pengaturan klausula perjanjian waralaba menurut hukum positif Indonesia dan *European Code of Ethics for Franchising* . Secara garis besar, di bawah ini dipaparkan hasil perbandingan antara pengaturan hukum waralaba di Indonesia dan di Eropa. Pemaparan hasil perbandingan kedua aturan tersebut adalah berupa persamaan dan perbedaan. Kedua sistem pengaturan tersebut memiliki persamaan dalam hal :

1. Pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba, yakni pihak Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba
2. Bentuk perjanjian harus tertulis dan tunduk pada hukum di mana usaha waralaba akan dijalankan
3. Substansi minimum perjanjian waralaba harus memuat:
 - a) Keberadaan identitas para pihak
 - b) Hal tertentu yang menjadi objek perjanjian
 - c) Hak dan kewajiban masing-masing pihak
 - d) Jangka waktu berlakunya perjanjian
 - e) Pembaharuan / penghentian perjanjian
 - f) Pengaturan mengenai HAKI dan identitas bisnis terkait HAKI
 - g) Pembayaran imbalan
 - h) Kewajiban Pemberi waralaba dalam menunjang kelangsungan usaha penerima waralaba
 - i) Penyelesaian sengketa

Sedangkan kedua sistem pengaturan tersebut memiliki perbedaan dalam hal :

- 1) Substansi yang diatur oleh Peraturan Perundang-undangan di Indonesia, dan tidak diatur dalam EEF :
 - a) Pembatasan wilayah
 - b) Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris
 - c) Pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain.
- 2) Substansi yang diatur oleh EEF, namun tidak/belum diatur dalam Peraturan Perundang—undangan di Indonesia :
 - a) Kemungkinan pembaharuan sistem kerja
 - b) kemungkinan Penerima Waralaba mengalihkan bisnisnya dan hak-hak terdahulu dari Pemberi Waralaba
 - c) ketentuan untuk menyerahkan barang—barang berwujud maupun tidak berwujud kepada pemberi waralaba atau pemilik dari hak kebendaan tersebut

Mengingat tulisan ini hendak mengulas mengenai adaptasi pengaturan waralaba dan klausula perjanjian waralaba berdasarkan *European Code of Ethics For Franchising* dalam sistem pengaturan waralaba di Indonesia, maka pembahasan difokuskan pada hal yang belum diatur di dalam Peraturan Perundang-undangan di Indonesia.

- a) Kemungkinan pembaharuan sistem kerja
Penerima Waralaba wajib menerapkan sistem kerja yang ditentukan oleh Pemberi Waralaba. Sistem kerja diwujudkan nyatakan dalam bentuk *Standard Operational Procedure*. Sistem kerja ini tidak dapat dipandang sebagai sesuatu hal yang statis. Sistem kerja harus bersifat fleksibel dan mengikuti tuntutan pasar, dan perkembangan teknologi, serta memperhitungkan efisiensi biaya. Hak untuk memperbaharui sistem kerja sepenuhnya ada pada Pemberi Waralaba. Dalam pelaksanaannya, apabila akan dilakukan pembaruan sistem kerja, Pemberi Waralaba harus menginformasikannya kepada Penerima Waralaba. Pemberi Waralaba juga harus dibebani kewajiban untuk memasok peralatan dan sarana untuk melaksanakan sistem kerja yang baru tersebut.
- b) Kemungkinan Penerima Waralaba mengalihkan bisnisnya dan hak-hak terdahulu dari pemberi waralaba
Penerima Waralaba dimungkinkan untuk mengalihkan bisnisnya apabila kondisi Penerima Waralaba sudah tidak memungkinkan untuk melanjutkan usaha tersebut. Penulis berpendapat, untuk melaksanakan hak ini, Penerima Waralaba diharuskan untuk melakukan pemberitahuan tertulis kepada Pemberi Waralaba mengenai alasan pengalihan usaha dan menjelaskan identitas calon penerimapengalihan usaha tersebut. Pemberi Waralaba berhak untuk mempertimbangan kelayakan calon penerima peralihan. Keputusan dapat disetujui atau tidaknya peralihan usaha tersebut sepenuhnya berada di pihak Pemberi Waralaba. Dalam hal Pemberi Waralaba tidak menyetujui rencana peralihan usaha tersebut, maka perjanjian waralaba diakhiri.
- c) Ketentuan untuk menyerahkan barang-barang berwujud maupun tidak berwujud kepada pemberi waralaba atau pemilik dari hak kebendaan tersebut

Dalam hal perjanjian waralaba diakhiri. Penerima Waralaba harus menyerahkan hak-hak kebendaan milik Pemberi Waralaba atau milik pihak ketiga.

4. KESIMPULAN

Peraturan perundang-undangan di Indonesia perlu untuk mengatur hal-hal yang terdapat di dalam EEF yang belum terdapat di peraturan perundang-undangan Indonesia untuk menjamin kepastian hukum dan perlindungan hak bagi Penerima dan Pemberi Waralaba secara seimbang.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- [1] Henry Campbell Black, *Black Law Dictionary*. Sixth Edition. St. Paul Minn, West Publishing Co.1990.
- [2] Peter Heffey, *Principles of Contract Law*. Sydney: Thomson Legal and Regulatory Limited, 2002.
- [3] Amir Karamoy. **Sukses Usaha Lewat Waralaba**. Jakarta: PT Jurnalindo Aksara Grafika, 1996.

Perundang-undangan dan Peraturan

- [1] *European Code of Ethics for Franchising*, 1 Januari 1992.
- [2] Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- [3] Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba
- [4] Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/ M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba
- [5] Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

ADAPTASI PENGATURAN WARALABA BERDASARKAN EUROPEAN CODE OF ETHICS FOR FRANCHISING DI INDONESIA DALAM RANGKA MENJAMIN KEPASTIAN HUKUM GUNA Mendukung PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to National Law School of India University, Bangalore

Student Paper

1%

2

Submitted to Universitas Islam Indonesia

Student Paper

1%

3

Fábio Rodrigues. "A Avaliação da Flexibilidade nos Contratos de Franchising", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2014.

Publication

1%

4

Ekka Sakti Koeswanto, Muhammad Taufiq. "Legal Protection of Investors Investment Virtual Currency", JURNAL ILMIAH LIVING LAW, 2018

Publication

1%

5

jurnalmanajemen.petra.ac.id

Internet Source

1%

6

keuanganinvestasi.blogspot.com

Internet Source

1%

7 journal.maranatha.edu 1%

Internet Source

8 Submitted to University of Melbourne 1%

Student Paper

9 id.123dok.com 1%

Internet Source

10 Submitted to Sriwijaya University 1%

Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On