

MERINTIS USAHA MELALUI BISNIS FRANCHISE

Retno Djohar Juliani

Dosen Administrasi Niaga Universitas Pandanaran

ABSTRACT

Franchising is business opportunity for beginning of trade. Business franchising is cover is products or service. There is two party in the business franchising. Franchisor is gift of franchising and franchisee is acceptance of franchising.

Business franchising have a profit although suffer and financial loss. Because of that, for begins business of franchising there is something must be orderly.

Key words : franchising, franchisor, franchisee.

PENDAHULUAN

Di Indonesia bentuk franchise atau waralaba mulai banyak diminati karena kemudahan persyaratan dan kategori usaha yang gampang diterima masyarakat sehingga perkembangannya cukup pesat. Akan tetapi usaha ini masih didominasi oleh franchisor asing (78,8%), dimana yang terbanyak adalah dari Amerika Serikat (sekitar 76%) dan sisanya sebesar 2% berasal dari Australia, Jepang, Singapura, Inggris, Filipina, Italia, Perancis dll. Sedangkan franchisor Indonesia tercatat hanya 21,2%. Saat ini terdapat sekitar 300 pengusaha franchise asing. Bahkan sekarang ini dengan uang 5 juta rupiah – 7 juta rupiah sudah bisa membuka usaha waralaba, hal ini bisa dimungkinkan karena usaha waralaba biasanya lahir dari usaha yang awalnya sederhana.

PEMBAHASAN

Seperti diketahui franchise dapat dilakukan pada berbagai produk atau jasa baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Berbagai produk atau jasa yang saat ini difranchisekan antara lain :

- a. Makanan : Kentucky Fried Chicken. Mc Donald, Pizza Hutt, Ayam Goreng Mbok Berek, Ayam Bakar Wong Solo, Kebab, martabak.
- b. Minuman : Es teller 77, Cocacola, Coffe Bean.
- c. Salon : Rudi Hadi Suwarno, Jhonny Andrian.
- d. Bisnis eceran : Indomaret, Alfamart.
- e. Lembaga pendidikan : Primagama, Neutron, Ganesha Operation.

f. Sepatu, tas : Sophie Martin, Gosh.

Bahkan sekarang ini bisnis franchise sudah merambah ke fitness, car rental, pelatihan, real estate, industry mobil, hotel, apotik, dan pompa bensin di franchisekan, sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis franchise merupakan peluang bisnis yang dapat dikomersilkan. Didalam franchise ada berbagai hal yang dapat dikerjasamakan antara lain kerjasama dalam hal manajemen produksi, manajemen distribusi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan.

Dasar hukum franchise adalah :

1. Undang- Undang nomer 9 th 1995 tentang kemitraan, disebut kemitraan karena merupakan hubungan antara dua pihak yang saling bekerja sama dan mempunyai tujuan yang saling menguntungkan.
2. Peraturan Pemerintah nomer 16 th 1997 tentang waralaba.
3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan nomer 259/MPP/Kep/7/1997 tentang ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba.

Keuntungan menggunakan sistim franchise :

1. Produk yang tersedia.
2. Harga sudah standar.
3. Model pelayanannya sama.
4. Mutu produk atau jasa sama.
5. Memperoleh pelatihan kerja.
6. Merek sudah dipatenkan.
7. Daerah pemasaran atau tempat usaha sudah ditentukan.
8. Biaya promosi ditanggung oleh kelompok franchise.

Ada beberapa pengertian dari franchising atau waralaba. Franchising atau waralaba yaitu suatu sistim pemasaran atau distribusi barang atau jasa, dimana sebuah perusahaan induk atau franchisor memberikan kepada individu atau perusahaan lain atau franchise yang berskala kecil atau menengah, hak- hak istimewa untuk melakukan suatu sistim usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan selama waktu tertentu dan di suatu tempat tertentu pula. Franchisor biasanya menyediakan peralatan, produk atau jasa yang dijual dan pelayanan manajerial. Sebagai imbalannya franchisee harus membayar uang pangkal (initial franchise fee) dan royalti atas

penjualan kotor, membayar manajemen fee, membayar biaya sewa peralatan franchisor (bila ada), serta memasarkan produk dan jasa dengan cara- cara yang ditentukan oleh franchisor. Salah satu keuntungan dari membeli hak waralaba ini adalah tetap independent (meskipun tidak sepenuhnya), tetapi memperoleh manfaat dari nama merek dan dari pengalaman jaringan waralaba tersebut.

Pengertian franchise menurut Industrial Franchise Association, franchise merupakan hubungan kontraktual antara franchisor (pemberi waralaba) dan franchisee (penerima waralaba) dimana franchisor merencanakan dan wajib memelihara kepentingan yang terus menerus dari usaha franchisee dalam bidang- bidang pengetahuan dan pelatihan. Dan franchisee beroperasi dibawah merk atau nama dagang yang sama. Format dan prosedur dimiliki dan dikendalikan oleh franchisor. Franchisee dalam mengadakan investasi, dalam usahanya tersebut dari sumber dananya sendiri.

Waralaba menurut PP nomer 16 th 1991 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan nomer 259/MPP/Kep/7/1997, waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan barang dan atau jasa. Oleh karena itu didalam sistim franchise terdapat dua pihak yang bekerja sama yaitu :

1. Pemberi waralaba atau franchisor adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada orang lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atas ciri khas yang dimilikinya.
2. Penerima waralaba atau franchise adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atas ciri khas yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Ada tiga bentuk sistim waralaba , yakni :

a. *Product franchise*, dikenal pula dengan sebutan *product distribution franchising*. Contohnya, franchising model perusahaan minuman coca cola. Franchisor memberikan keleluasaan bagi para franchisee untuk memproduksi dan mendistribusikan lini produk tertentu dengan menggunakan nama merk dan sistim pemasaran yang ditentukan atau dikembangkan oleh franchisor. Pemberi waralaba akan memperoleh keuntungan dari praktek yang diwaralabakan. Bentuknya dapat berupa : lisensi penjualan, keagenen, distributor.

b. Yang paling umum dan banyak berkembang dewasa ini adalah *business format franchising* (*entrepreneurship franchising*). Dalam hal ini franchisor mengembangkan usahanya dengan membuka outlet yang dikelola oleh franchisee yang berminat membuka usaha dengannya. Franchising bentuk ini banyak berkembang di industry restoran siap saji misalnya : *Kentucky fried chicken*, Mc Donald.

c. Sedang bentuk yang ketiga adalah *Business Opportunity venture*. Franchisor merancang suatu sistim jalur distribusi, lalu franchisee mendistribusikan barang atau jasa sesuai dengan sistim yang telah ditetapkan oleh franchisor. Produk atau jasa yang didistribusikan tersebut bukanlah produk atau jasa yang dihasilkan oleh franchisor. Contohnya adalah distribusi komponen kendaraan bermotor.

Adapun perjanjian waralaba secara garis besar berisi :

1. Nama, alamat, tempat kedudukan perusahaan masing- masing pihak.
2. Nama, jabatan yang menanda – tangani perjanjian.
3. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
4. Produk atau jasa yang diwaralabakan.
5. Wilayah pemasaran.
6. Jangka waktu perjanjian.
7. Hal- hal yang dapat menyebabkan putusnya perjanjian.
8. Cara- cara pemberian imbalan.
9. Teknis pembimbingan atau pelatihan.
10. Pemberian ganti rugi.

Beberapa alasan yang mendasari sistim franchise :

1. Franchisor kekurangan modal untuk ekspansi atau perluasan usaha.
2. Perluasan daerah pemasaran.
3. Membantu kegiatan distribusi barang.
4. Franchisor kekurangan sumber daya manusia untuk menjalankan usahanya.
5. Melakukan penetrasi pasar secara cepat artinya perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan pasar yang ada dengan produk atau jasa yang dimilikinya.

Alasan yang mendorong pengusaha untuk memwaralabakan usahanya :

1. Meniadakan biaya promosi, biaya ditanggung bersama oleh kelompok franchisee.
2. Meniadakan biaya gudang.
3. Meniadakan biaya distribusi dan perantara.
4. Modal seluruhnya berasal dari franchisee atau penerima waralaba.
5. Perluasan pasar secara cepat.
6. Franchisor tidak menanggung resiko kerugian.
7. Franchisor akan menerima prosentase fee sesuai perjanjian.
8. Franchisee menanggung seluruh biaya pelatihan atau bimbingan dari franchisor.
9. Franchisor memperoleh prosentase penghasilan dari hasil penjualan franchisee dan bukan berasal dari keuntungan penerima waralaba atau franchisee.

Didalam sistem waralaba terdapat keuntungan dan kerugian baik bagi penerima waralaba atau franchisee maupun pemberi waralaba atau franchisor.

Keuntungan bagi penerima waralaba :

1. Resiko usaha relative kecil.
2. Bebas dalam menjalankan unit usaha miliknya sendiri.
3. Mendapat kemudahan membeli dalam partai besar.
4. Dapat memanfaatkan hasil pengembangan produk dan penelitian yang dilakukan franchisor.
5. Dapat memanfaatkan petunjuk dan bantuan dalam bidang keuangan dan manajemen.
6. Periklanan dilakukan oleh kelompok usaha sehingga biayanya relative murah dan kualitas periklanannya lebih baik.
7. Turut menikmati reputasi, kestabilan, kepercayaan konsumen, kekuatan dan keharuman nama dagang yang diwaralabakan.
8. Dapat memanfaatkan paket- paket keuangan yang mungkin disediakan oleh perbankan.
9. Adanya fasilitas pelatihan menyebabkan usaha waralaba bukanlah usaha “ coba- coba “.

Kerugian bagi penerima waralaba :

1. Jenis produk yang ditawarkan relative terbatas dan sangat tergantung kepada prestasi franchisor.
2. Harus membayar uang imbalan yang sangat besar.

3. Tidak sepenuhnya bebas, karena harus mematuhi pedoman dan prosedur yang ditetapkan franchisor.
4. Kadangkala diwajibkan mencapai tingkat prestasi tertentu (misalnya : jumlah penjualan) yang terlalu tinggi.
5. Manajemen usahanya dikendalikan oleh franchisor atau pemberi waralaba.

Keuntungan bagi pemberi waralaba :

1. Perluasan usaha cepat.
2. Mudah dalam melakukan penetrasi pasar.
3. Modal untuk pengembangan usaha menjadi tanggungan franchise.
4. Penjualan meningkat karena penjualan dilakukan secara kelompok.
5. Memiliki kekuatan pemasaran.
6. Biaya promosi ditanggung oleh kelompok franchise.
7. Hasil pengembalian investasi franchisor cepat.
8. Resiko kerugian ditanggung oleh franchisee.
9. Memperoleh fee.

Kerugian bagi pemberi waralaba :

1. Franchisor tidak bisa mendikte franchisee, apabila franchisor ingin mengadakan perubahan.
2. Seringkali harapan franchisee terlalu muluk- muluk sehingga perlu disadarkan oleh franchisor.
3. Apabila pemilihan franchisee tidak tepat, maka dapat merusak nama baik franchisor.
4. Citra franchisor dan kelompok bisnis sangat tergantung pada prestasi setiap franchisee.
5. Sistem waralaba biasaya “ mengikat “ dalam jangka waktu yang cukup lama.
6. Resiko adanya “ dissident franchisee “ (franchisee yang berontak), dimana setelah memperoleh alih teknologi dan manajemen mereka berusaha mengalihkan kontraknya kepada franchisee lainnya atau membentuk usaha sendiri yang pada akhirnya menjadi pesaing bagi franchisor.

Didalam suatu usaha pasti terdapat resiko kegagalan. Hal- hal yang dapat menyebabkan kegagalan bisnis waralaba :

1. Produk atau jasa kurang teruji keberhasilannya.

2. Produk atau jasa kurang populer.
3. Produk atau jasa membutuhkan waktu yang lama untuk dapat survive (bertahan) dipasar (biasanya 3 – 6 tahun).
4. Pemberian pelatihan atau pembimbingan buruk.
5. Penerima waralaba tidak disiplin di dalam menjalankan usahanya (tidak sesuai dengan petunjuk dari pemberi waralaba).
6. Penerima waralaba tidak membedakan keuangan antara usaha bisnis dengan keperluan keluarga.
7. Penerima waralaba kurang mempunyai dalam bisnis.
8. Tidak sesuai dengan keahlian penerima waralaba.
9. Penerima waralaba kurang mampu permodalannya.
10. Penerima waralaba kurang berani untuk mengambil resiko atau takut gagal.

PENUTUP

Langkah- langkah yang dapat ditempuh sebelum mengambil keputusan untuk merintis usaha melalui bisnis franchise :

1. Mempertimbangkan besarnya modal yang dimiliki, apakah modal dapat mencukupi sehingga dapat bertahan 3 – 6 tahun (kedepan).
2. Memahami perjanjian dengan cermat.
3. Memilih franchisor yang bonafit yang telah teruji produknya.
4. Menganalisa, apakah bisnis tersebut dapat bertahan lama atau tidak agar investasi yang dilakukan tidak sia- sia.
5. Memilih waralaba yang banyak konsumennya atau segmen pasarnya cukup besar.
6. Segmen pasar tersebut cukup potensial untuk berkembang.
7. Produk atau jasa yang diwaralabakan belum jenuh.
8. Siap untuk menghadapi kegagalan walaupun franchisornya telah teruji.

DAFTAR PUSTAKA

Bambang N Rachmadi. 2007. *Franchising, The Most Practical And Excellent Way Of Succeeding, Membedah Tawaran Franchise Lokal Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Irawan dan Basu Swasta. 1992. *Lingkungan Perusahaan*. Jakarta: BPFE UGM.

Widjaya Gunawan. 2001. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Widjaya Gunawan. 2002. *Seri Hukum Bisnis Lisensi atau Waralaba*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.