



**MANAJEMEN BISNIS  
WARALABA**



## PENGERTIAN FRANCHISE

- ❑ Kata *franchise* berasal dari bahasa Perancis, yang berarti bebas atau bebas dari perhambaan atau perbudakan.
- ❑ Di Indonesia konsep franchise diterjemahkan dengan istilah Waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti “lebih” atau “istimewa” dan “laba” berarti “untung”. Jadi, waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan yang lebih atau keuntungan yang istimewa.

Menurut PP Nomor 42  
Tahun 2007 pasal 1 ayat 1

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

## Kesimpulan Pengertian Franchise

- ❖ Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan *franchise* adalah sistim pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*franchisee*) yang berskala kecil dan menengah, hak istimewa untuk melakukan suatu system usaha tertentu, dengan cara tertentu, waktu tertentu, dan di suatu tempat tertentu.
- ❖ Sementara, *franchising* (sistem franchise/waralaba) adalah suatu hubungan berdasarkan kontrak antara *franchisor* dan *franchisee*.

**Hubungan kerjasama (*franchising*) terwujud bila terdapat sebagai berikut:**

A

---

Ada paket usaha yang ditawarkan oleh *franchisor*.

B

---

*Franchisee* adalah pemilik unit usaha.

C

---

Ada kerjasama antara *franchisee* dan *franchisor* dalam pengelolaan unit usaha.

D

---

Ada kontrak tertulis yang mengatur kerjasama antara *franchisor* dan *franchisee*.

# Bentuk – Bentuk Franchise

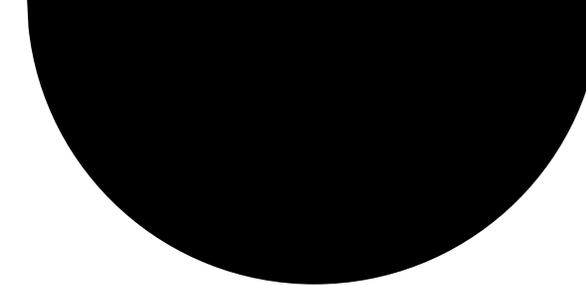
Produk  
Franchise

Processing or  
manufacturing  
franchise

Business  
format/system  
franchising

# Bentuk – Bentuk Franchise





# WARALABA SEBAGAI BISNIS

Dalam bentuknya sebagai bisnis, waralaba memiliki dua jenis kegiatan:

## 1. Waralaba Produk dan Merek Dagang

Waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana yakni pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba.

## 2. Waralaba Format Bisnis

waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi bagi seseorang (pemberi waralaba) kepada pihak lain (penerima waralaba), lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba.



# WARALABA FORMAT BISNIS

- 1 • Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba.
- 2 • Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep pemberi waralaba.
- 3 • Proses bantuan dan bimbingan yang terus – menerus dari pihak pemberi waralaba.



## Faktor Penting yang Harus Diperhatikan Sebelum Bisnis Waralaba

1. Keberadaan pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam suatu hubungan yang terus – menerus.
2. Kewajiban untuk menggunakan nama dan sistem pemberi waralaba, dan patuh pada pengendaliannya.
3. Risiko terhadap kejadian yang dapat merusak bisnis Waralaba yang berada diluar kemampuan dan kesiapan penerima Waralaba untuk menghadapinya (misalnya kegagalan bisnis pemberi waralaba, atau tindakan penerima waralaba lain yang membuat reputasi Waralaba tersebut menjadi buruk), dan
4. Kemampuan pemberi waralaba untuk tetap memberikan jasa sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, yang dianggap bernilai dan wajar yang bisa membuat bisnis waralaba tersebut berhasil.

# 8 Alasan Mengapa Pengusaha Merawalabakan Usahanya

**1**

There is rapid business expansion

**2**

Capital formation comes from franchisees a percentage who provide the capital for their own operations

**3**

The typical franchisor receives a percentage of gross revenues and does not incur risk for the profit or loss of the franchise location

**4**

Franchisees provide self-motivated branch management with a vested interest in the success of the franchise

**5**

The franchisee pays for training, and management training actually becomes a profit center for the franchisor

# 8 Alasan Mengapa Pengusaha Merawalabakan Usahanya

**6**

The franchising of the company product or service makes actual system expansion a profit center

**7**

The capital formation from franchising is "off-balance sheet". In other words, since the franchisor is not borrowing the capital to build the branch operation, no liability hits the balance sheet, and consequently, franchise business frequently have very positive debt/equity ratios

**8**

The ultimate benefit is that the franchisor, who usually receives a percentage of gross revenue, instead of a percentage of profit, can be profitable even when the branches are losing money





# Keuntungan dan Kerugian Waralaba Bagi Pemberi Waralaba

## Keuntungan Bagi Pemberi Waralaba

1. Waralaba merupakan suatu organisasi sentral kecil yang secara ideal terdiri dari beberapa manajer yang berpengalaman luas dan mengkhususkan pada berbagai macam aspek bisnis yang menjadi perhatian dan tulang punggung organisasi tersebut.
2. Tidak ada kebutuhan untuk menyuntikan sejumlah besar modal untuk meningkatkan kecepatan pertumbuhan yang besar.
3. Organisasi pemberi waralaba mempunyai kemampuan untuk memperluas jaringan secara lebih cepat pada tingkat nasional dan internasional dengan menggunakan modal yang risikonya seminimal mungkin.
4. Pemberi waralaba akan lebih mudah untuk melakukan eksploitasi wilayah yang belum masuk dalam lingkungan organisasinya.

## Keuntungan dan Kerugian Waralaba Bagi Pemberi Waralaba

8. Seorang pemberi waralaba yang melibatkan bisnisnya dalam kegiatan **manufaktur** atau pedagang besar bisa mendapatkan distribusi yang lebih luas dan kepastian bahwa ia mempunyai outlet untuk produknya.

9. Tipe – tipe skema waralaba tertentu mampu menangani penerima waralaba secara nasional.

5. Pemberi waralaba hanya akan mempunyai permasalahan staf yang lebih sedikit karena ia tidak terlibat dalam masalah staf pada masing-masing pemilik outlet.

6. Penerima waralaba akan mengkonsentrasikan diri secara lebih optimum pada bisnis yang diwaralabakan tersebut, oleh karena mereka adalah pemilik bisnis itu sendiri.

7. Pemberi waralaba cenderung untuk tidak memiliki asset outlet dagang sendiri. Tanggung jawab bagi asset tersebut diserahkan pada penerima waralaba yang memilikinya.

## Kerugian Bagi Pemberi Waralaba

5. Pemberi waralaba khawatir bahwa semua hasil kerja dan usaha yang ia berikan dalam pelatihan kepada penerima waralaba hanya akan menghasilkan pesaing di masa mendatang.

6. Pemberi waralaba harus yakin bahwa orang yang telah diseleksi sebagai waralaba sesuai untuk tipe waralaba tertentu, dan mempunyai kapasitas untuk menerima tanggung jawab dan tekanan untuk memiliki dan menjalankan bisnisnya sendiri.

1. Beberapa penerima waralaba cenderung menganggap dirinya independen.

2. Pemberi waralaba harus memiliki keyakinan untuk menjamin bahwa standar kualitas barang dan jasa dijaga melalui rantai waralaba.

3. Ada penerima waralaba yang tidak tertarik pada peluang-peluang yang mereka dapatkan dari bisnis tersebut.

4. Hindari timbulnya kemungkinan kurangpercayaan di antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang berasal dari ketidakseimbangan antara penerima waralaba dan individu-individu dalam organisasi pemberi waralaba.



**THANK YOU**