

REC. INBOX
0855/13
25-2-2013
FB
FB-m
Sch
b

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2008

**BISNIS FRANCHISE SEBAGAI PILIHAN
PELUANG USAHA**

MAKALAH TUGAS AKHIR

ini diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Oleh :

ROY SUHARTO
3103003235

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2008**

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

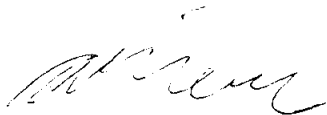
BISNIS *FRANCHISE* SEBAGAI PILIHAN PELUANG USAHA

OLEH:

ROY SUHARTO

3103003235

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



PEMBIMBING, DRA. EC. LYDIA ARI WIDYARINI, MM

Tanggal: 17/1/08

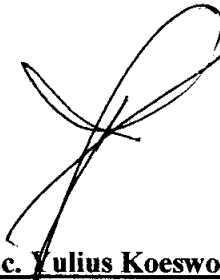
LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh : **Roy Suharto**

NRP : **3103003235**

Telah disajikan pada tanggal **02 Februari 2008** dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai:

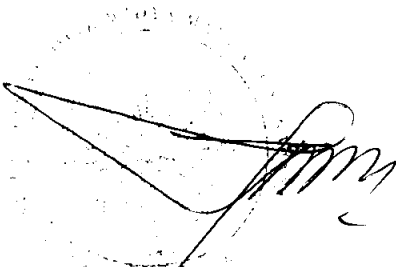


Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

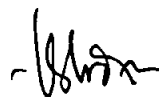
Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si



Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga makalah tugas akhir yang berjudul “**Bisnis *Franchise* Sebagai Pilihan Peluang Usaha**” dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan makalah tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan pengarahan sejak awal hingga akhir penyusunan makalah tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini disampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta bantuan, khususnya kepada :

1. Bapak Drs. Ec. Cyrillius Martono, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE. M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Yang terhormat kedua orang tua yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun spirituil. Segenap keluarga dan saudara yang telah memberikan semangat dan dorongan serta doa hingga makalah tugas akhir ini terselesaikan.

4. Para Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah mendidik dan mengajar peneliti terutama dalam memberikan ilmu pengetahuan sebagai bekal untuk menyelesaikan makalah tugas akhir ini dan persiapan terjun ke masyarakat.
5. Teman-temanku atas dukungan semangat dan bantuannya dalam penyelesaian makalah tugas akhir ini, dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dengan segala keterbatasan yang ada dalam makalah tugas akhir ini disadari kekurangan-kekurangan dalam penyusunannya. Diharapkan saran dan masukan dari pada pembaca demi kesempurnaan dan kebaikan makalah tugas akhir ini.

Surabaya, Januari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAKSI	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Bahasan	6
1.3. Tujuan Pembahasan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1. Pengertian Ritel.....	7
2.2. Pengertian <i>Franchise</i>	8
2.3. Konsep Dasar Bisnis / <i>Franchise</i>	10
2.4. Jenis Waralaba	19
2.5. Layanan Pelanggan dalam Bidang Usaha Ritel.....	21
BAB 3 PEMBAHASAN	25
3.1. Waralaba Lokal dan Waralaba Asing Di Indonesia	25
3.2. Potensi Bisnis Waralaba.....	30
3.3. Langkah-langkah dalam Sukses Berbisnis Waralaba.....	32
3.4. Penyebab Utama Kegagalan Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>)...	38
3.5. Kelemahan-Kelemahan Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>)	39

3.6. Keuntungan-Keuntungan Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>).....	39
3.7. Implementasi Layanan Pelanggan Pada Bisnis Waralaba.....	41
BAB 4 SIMPULAN	34

DAFTAR KEPUSTAKAAN

ABSTRAK

Konsep bisnis waralaba (*franchise*) akhir-akhir ini telah menjadi salah satu *trendsetter* yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Setidaknya dalam tiga tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada dua cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (*business opportunity*) yang terkonversi menjadi waralaba.

Waralaba (*franchise*) adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan/ jasa berupa jenis produk dan bentuk di usahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu/saat/jam operasional, pakaian, dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang/ jasa milik / *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang / jasa milik dagang *franchisor*.

Potensi bisnis *franchise* dilihat dari sisi *demand*, menunjukkan angka yang terus mengalami kenaikan. Hal ini ditunjukkan dengan perkiraan omset bisnis waralaba di Indonesia melonjak cepat sejak tahun 2001 – 2006. tahun 2001 omsetnya sekitar US\$ 3 Miliar (setara Rp 27 Triliun); sedangkan di 2006 naik dua kali lipat menjadi US\$ 6 Miliar (setara Rp 54 Triliun). Potensi bisnis *franchise* dilihat dari sisi kapabilitas *supplier* cukup baik. Hal ini dapat diketahui dari kepercayaan pihak perbankan memberikan kredit modal kerja waralaba. Sebagai contoh, Bank Mandiri siap memberikan kredit modal kerja waralaba bagi masyarakat yang ingin menjadi pewaralaba Alfamart

Terdapat 4 kunci sukses dalam bisnis waralaba (*franchise*) yaitu : 1) Merek menjadi salah satu penyokong keberhasilan suatu usaha *franchise*, karena ini berhubungan dengan reputasi, 2) *Prospectus* adalah berkas penawaran yang diberikan oleh *franchisor* kepada calon *franchisee*, 3) Proyeksi adalah gambaran yang akan datang. Bisa digambarkan uang yang bakal anda kantong sebagai pembeli waralaba, dan 4) Kelengkapan manajerial termasuk kelengkapan administrasi, format-format berkas yang mesti diisi.

Implementasi dalam bisnis waralaba, 60% keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan para karyawannya dalam memberikan layanan pelanggan dengan baik