

## PERKEMBANGAN *FRANCHISE* DI INDONESIA

Dr. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si  
[rusdi\\_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id)  
Indah Respati Kusumasari, S.Sos,  
M.Si  
[indah\\_respati.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id)

### **ABSTRACT**

*In the current era of globalization, the development of science and technology is very fast so that it has an impact on the emergence of various kinds of business models. One of the most common business models today is franchising. Franchise is a method of opening a business with the name, trademark to products and materials of an existing business. In this study, the literature study research method was used, namely by examining theories through various kinds of references related to the object under study. The purpose of this study is to explain the history of franchising, the concept of a franchise business and how its potential is in Indonesia. From the research conducted, it is known that since the franchise business model entered Indonesia in the 1950s, the franchise business has continued to grow and develop along with the development of technology and the consumptive nature of society. Franchise business is a popular business because of the convenience, ease and low cost to enter the market. In Indonesia itself, the franchise business has high prospects and has a huge impact on the economy because of the promising turnover of the franchise business and absorbing a lot of workers.*

**Keywords :** *franchise, business models, history, growth*

## ABSTRAK

Saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangatlah cepat sehingga berdampak pada munculnya berbagai macam model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak ditemui saat ini adalah *franchise*. *Franchise* merupakan sebuah metode membuka bisnis dengan nama, merek dagang hingga produk dan bahan dari bisnis yang sudah ada. Pada penelitian ini digunakan metode

penelitian studi kepustakaan, yaitu dengan cara mengkaji teori-teori melalui berbagai macam referensi yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan sejarah mengenai *franchise*, konsep bisnis *franchise* dan bagaimana potensinya di Indonesia. Dari penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa semenjak model bisnis *franchise* masuk di Indonesia pada tahun 1950-an bisnis *franchise* terus menerus tumbuh dan berkembang seiring berkembangnya teknologi dan sifat konsumtif masyarakat. Bisnis *franchise* merupakan bisnis yang populer karena kenyamanan, kemudahan dan biaya yang rendah untuk memasuki pasar. Di Indonesia sendiri, bisnis waralaba memiliki prospek yang tinggi dan sangat berdampak pada perekonomian karena omzet bisnis *franchise* yang menjanjikan dan menyerap banyak tenaga kerja.

**Kata kunci :** *franchise*, model bisnis, sejarah, perkembangan

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Munculnya globalisasi dan revolusi industri 4.0, memiliki pengaruh terhadap perubahan dari segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari segala sesuatu yang serba canggih dan globalisasi memaksa manusia untuk terus melakukan inovasi khususnya dalam berteknologi. Ini karena kita manusia tidak bisa menolak perkembangan teknologi. Karena jika menolak perkembangan teknologi kita akan tertinggal.

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, serta munculnya globalisasi mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia termasuk kegiatan sehari-hari. Salah satu bidang yang terpengaruh adalah bidang perekonomian, khususnya bisnis. Dewasa saat ini mengembangkan banyak sekali model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak diminati saat ini adalah *franchise* atau waralaba.

Bisnis *franchise* menjadi saingan dan tantangan bagi para pengusaha besar (Inas, 2019). *Franchise* atau waralaba merupakan bentuk hubungan pertukaran dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya memiliki kesepakatan secara komersial

bergantung pada masing-masing dan menciptakan 'aksi keras dan ringan' yang berkelanjutan di antara mereka (Grace dalam Prihandono 2021). Sistem franchise memberikan berbagai keuntungan bagi orang yang membeli sistem tersebut. Keuntungan tersebut seperti merek bisnis, logo, pemasaran, cara produksi, *brand name*, sistem bisnis juga telah terbangun dari awal dan masih banyak lagi keunggulan lainnya. Model bisnis *franchise* dapat menciptakan peluang bagi pengusaha kecil menengah untuk berusaha, membuka lapangan pekerjaan, dan dapat menjadi salah satu jalan dalam meningkatkan perekonomian (Badriyah, 2019).

Dari pemaparan tersebut, penelitian kami bertujuan untuk menyampaikan tentang sejarah waralaba, konsep bisnis waralaba dan bagaimana potensinya di Indonesia. Hasil penelitian ini kami harapkan dapat menyempurnakan berbagai penelitian yang sebelumnya dan menjadi referensi bagi penelitian yang selanjutnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana sejarah bisnis *franchise*?
2. Bagaimana konsep dari bisnis *franchise*?
3. Bagaimana perkembangan dan prospek bisnis *franchise* tekini ?

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Model Bisnis

Bellman dalam Suhairi (2022) mengartikan model bisnis sebagai sebuah gambaran dari organisasi mengenai bagaimana mereka menciptakan atau membuat deliver dan menangkap value yang temporal diawal dengan konsep teori. Sedangkan Baden, Fuller & Morgan (2020) menjelaskan bahwa model bisnis merupakan konsep sistem pemecahan akan solusi melalui identitas konsumen yang terlibat dalam kebutuhan , memberikan kepuasan dan menghasilkan nilai.

### 2.2 Franchise

*Franchise* (waralaba) merupakan sebuah model bisnis yang memungkinkan perusahaan yang mapan untuk tumbuh dan berkembang secara geografis dan untuk pengusaha pemula, franchise dapat memungkinkan mereka untuk membuka usaha baru (Erceg, 2021). Sementara Brace Webster dalam Nasrullah (2021) juga mengemukakan ada tiga jenis waralaba atau *franchise*. Pertama *product franchising* yang mana *franchisee* akan diberikan lisensi oleh *franchisor* dalam menjual barang

yang dihasilkannya. Kedua *manufacturing franchises*, *franchisor* akan memberikan pengetahuan dan bagaimana akan proses produksi dan *franchisee* akan memasarkan barang dengan standar produksi merek sesuai dengan *franchisor*. Ketiga format bisnis *franchisor*, dimana *franchise* melakukan kegiatan bisnis dengan atas nama *franchisor*. *Franchise* juga harus mengikuti pendekatan standar *franchisor* untuk mengoperasikan dan mengawasi penggunaan bahan, lokasi bisnis, persyaratan kerja karyawan, dan masih banyak lagi.

## 3.METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian studi kepustakaan. Menurut Sugiyono dalam Sofiah (2020), studi kepustakaan adalah jenis penelitian yang berkaitan dengan penelitian teoritis, dengan menggunakan bahan referensi yang relevan dengan nilai, budaya , dan norma yang dikembangkan dalam konteks sosial yang diteliti. Metode ini sangat berkaitan erat dengan berbagai literatur ilmiah sehingga penelitian ini tidak dilaksanakan dengan terjun ke lapangan secara langsung. Sumber berasal dari buku, jurnal, maupun dokumen lainnya yang kemudian dianalisis.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### • Sejarah *Franchise*

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta munculnya globalisasi pada saat ini mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia sehari-hari. Salah satu bidang yang terpengaruh adalah bidang perekonomian, khususnya bisnis. Dewasa saat ini mengembangkan banyak sekali model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak diminati saat ini adalah *franchise* atau waralaba. Bisnis *franchise* menjadi saingan dan tantangan bagi para pengusaha besar (Inas, 2019).

Bisnis model *franchise* dijalankan dengan menggunakan nama, merek dagang, dan nama produk serta bahan dari bisnis yang sudah ada. Kata "*franchise*" merupakan kata yang berasal dari Bahasa Prancis. Arti *franchise* adalah kejujuran atau kebebasan. Hak waralaba dapat diartikan sebagai hak untuk menjual produk atau jasa atau jasa. Awalnya, waralaba digunakan di Inggris dan Eropa, di mana monarki memiliki tanah dan memberi individu yang kuat, termasuk gereja, hak untuk mengelola properti mereka. Sebagai imbalan atas

hibah tanah ini, bangsawan dan pejabat gereja diminta untuk melindungi wilayah tersebut dengan membentuk tentara, dan bebas untuk menetapkan bea dan pajak, beberapa di antaranya diserahkan kepada kerajaan.

Selain di Eropa, *franchise* juga memiliki sejarah di Asia. Di Cina pada tahun 200 SM, ada seorang pedagang menggunakan konsep rangkaian toko dalam melakukan distribusi makanan dengan merek khusus. Pada tahun 1850-an, Pembuat mesin jahit bernama Isaac Singer, melakukan pengembangan dari konsep *franchise* modern untuk meningkatkan distribusi penjualan dari mesin jahitnya. Setelah Perang Dunia II berakhir, Konsep *franchise* mulai berkembang secara pesat.

Bisnis *franchise* melibatkan perjanjian antara dua pihak. Yang pertama perusahaan dan penerima waralaba yang melibatkan yang pertama menyediakan produk atau layanan kepada yang terakhir di bawah nama merek mereka sendiri. Yang kedua, penerima waralaba yang mempekerjakan orang untuk mengoperasikan gerai waralabanya sendiri dan membebaskan biaya kepada mereka untuk setiap unit yang terjual (sebuah gerai yang dikenal sebagai toko di negara lain).

Di dunia global sekarang, bisnis waralaba menjadi sangat populer karena kenyamanan, kemudahan,

pengoperasian, serta biaya masuk yang rendah ke pasar. Pesatnya perkembangan sistem *franchise*, telah menjadikan sistem *franchise* populer di berbagai bidang usaha. Sistem *franchise* memberikan berbagai keuntungan bagi orang yang membeli sistem tersebut. Keuntungan tersebut seperti merek bisnis, logo, pemasaran, cara produksi, brand name, sistem bisnis juga telah terbangun dari awal dan masih banyak lagi keunggulan lainnya. Model bisnis *franchise* dapat menciptakan peluang bagi pengusaha kecil menengah untuk berusaha, membuka lapangan pekerjaan, dan dapat menjadi salah satu jalan dalam meningkatkan perekonomian (Badriyah, 2019).

#### • Konsep Bisnis *Franchise*

*Franchise* merupakan bisnis dengan konsep kerjasama kemitraan. Kemitraan tersebut bertujuan untuk mencari keuntungan bersama. Kerjasama ini memiliki keterikatan yang berupa perjanjian bersama yang wajib dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Terdapat beberapa konsep penting dari perjanjian bisnis *franchise* paket bisnis pengujian pasar, pembiayaan *franchise* dan bisnis *franchise* (Hodge dalam Prihandono 2021).

Dalam menjalankan bisnis *franchise*,

franchisor akan mendapatkan *brand name*, dukungan dalam operasi dan sistem bisnis. Dalam perjanjian bisnis *franchise*, *franchisee* akan mendapatkan beberapa hak. *Franchisee* berhak mendapatkan nama merek dagang dan segala jenis teknis yang diterimanya sesuai yang tercantum dalam perjanjian. Selain itu, *franchisee* akan mendapat pembinaan khusus dalam bidang usaha dengan membeli keseluruhan terhadap *franchisor* (*franchise fee*) (Darmawan dalam Fahmiah, 2019).

Ada tiga jenis bisnis *franchise* menurut Isradjuningtias (2020). Yang pertama, *trade name franchising*, pada sistem ini *franchisee* diperbolehkan untuk menggunakan nama merek dari *franchisor*, akan tetapi *franchisee* tidak diperbolehkan untuk melakukan distribusi produk tertentu dengan menggunakan nama *franchisor*. Yang kedua, *product Distribution Franchising*, melalui distribusi selektif dan terbatas, *franchisee* akan diizinkan untuk melakukan penjualan produknya dengan menggunakan nama dagang *franchisor*. Yang ketiga yaitu *franchise pure franchising*, merupakan sistem waralaba yang mana *franchisor* menyediakan format *franchise* yang lengkap. Sedangkan di Indonesia sendiri, terdapat empat jenis sistem *franchise* yang sering digunakan

menurut Charles L. Vanghn dalam Prabowo (2021), yaitu *franchise* sistem bisnis format, *franchise* bagi keuntungan, *franchise* kerjasama investasi, *franchise* merek dagang.

#### • **Perkembangan Bisnis *Franchise* di Indonesia**

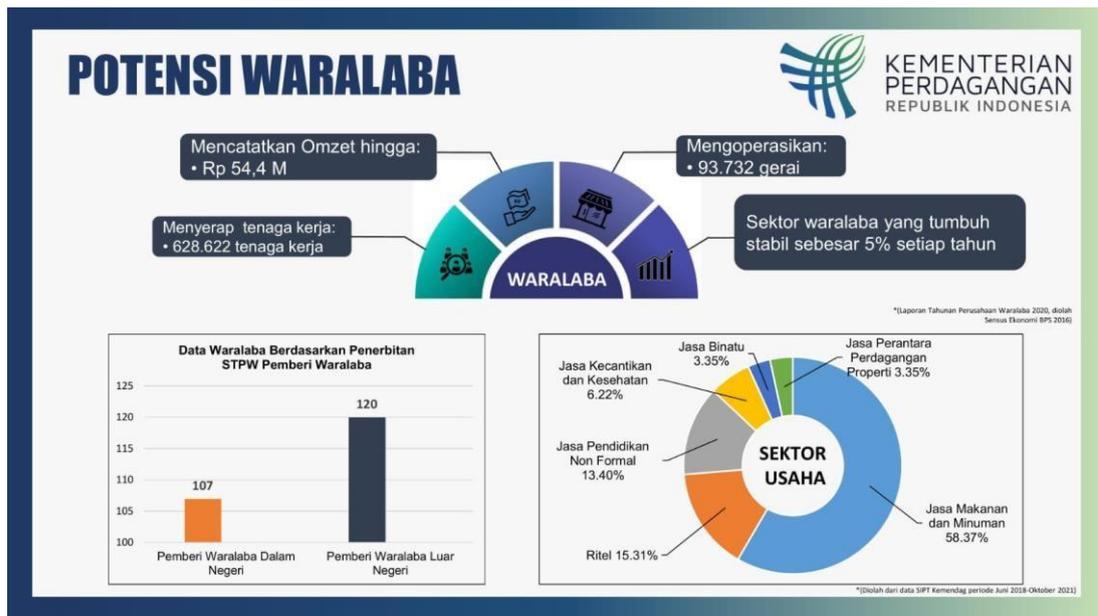
Pada tahun 1950-an bisnis *franchise* mulai memasuki pasar di Indonesia. Diawali dari adanya seller kendaraan bermotor yang dibeli melalui lisensi (agen tunggal merek). Selain itu, adapula Es teller 77 yang merupakan produk lokal yang menjadi pelopor sistem dagang *franchise* di Indonesia. Dilanjutkan pada tahun 1970- an dengan mulai masuknya *franchise* luar negeri seperti fast food. Sejak saat itu bisnis *franchise* mulai eksis di Indonesia.

Dalam bisnis *franchise*, setidaknya terdiri dari 3 komponen, yaitu *franchise* atau waralaba, *franchisor* atau orang yang memiliki sistem *franchise*, dan *franchisee* atau pihak yang membeli *franchise* (Effendi,2021). Selain itu, bisnis *franchise* memiliki keunggulan berupa tingkat kegagalan yang relatif rendah dan juga manajemen bisnisnya sudah terbentuk serta terstruktur, sehingga *franchisee* tidak perlu memikirkan gagasan untuk memulai bisnis, konsep bisnis, sistem bisnis, bahkan branding sehingga masyarakat tertarik untuk

mencoba bisnis *franchise*.

Di tahun 2009, bisnis *franchise* di Indonesia mengalami peningkatan sekitar 15% dari Rp 81 triliun di tahun 2008 menjadi Rp 93,15 pada tahun 2009. Sementara itu *franchise* di Indonesia menembus sekitar 750 merek dan terdapat sekitar 40.000 toko di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, terjadi pertumbuhan dan perkembangan yang pesat pada bisnis *franchise* di Indonesia seiring dengan kemajuan teknologi dan sifat konsumtif masyarakat. Bahkan, berbagai macam merek makanan sudah tersedia dari *franchise* di berbagai kota di Indonesia. Popularitas dari model bisnis *franchise* masih terus berkembang hingga saat ini dan bahkan memunculkan model e- bisnis yang baru (Chen, 2019).

Franchise juga membantu dalam menyerap tenaga kerja sebesar 628.622 tenaga kerja dan telah mengoperasikan sebanyak 93.732 gerai. Penerbitan *franchise* didominasi oleh *franchise* luar negeri dengan menerbitkan 120 pemberi *franchise*.



Gambar 4.1 Potensi Waralab

Sumber: Diolah dari data SIPT Kemendag periode Juni 2018 - Oktober 2021

Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan yang dikumpulkan pada periode Juni 2018 hingga Oktober 2021 menunjukkan bahwa model bisnis franchise memiliki prospek yang tinggi dan cukup berdampak pada perkembangan perekonomian. Sektor ini tumbuh stabil sebesar 5% pertahun dan mencatat omzet hingga Rp 54,4 M. Dilihat dari data yang ditampilkan pada gambar 4.1 di atas, nampak bahwa Bisnis *franchise* makanan dan minuman mendominasi 58,37% dari total keseluruhan. Sejalan dengan itu, Ketua Asosiasi Franchise Indonesia Andrew Nugroho

Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan yang dikumpulkan pada periode Juni 2018 hingga Oktober 2021 menunjukkan bahwa model bisnis franchise memiliki prospek yang tinggi dan cukup berdampak pada perkembangan perekonomian. Sektor ini tumbuh stabil sebesar 5% pertahun dan mencatat omzet hingga Rp 54,4 M. Dilihat dari data yang ditampilkan pada gambar 4.1 di atas, nampak bahwa Bisnis *franchise* makanan dan minuman mendominasi 58,37% dari total keseluruhan. Sejalan dengan itu,

Ketua Asosiasi Franchise Indonesia Andrew Nugroho berpendapat bahwa *Food and beverage* menjadi penyumbang terbesar untuk *franchise* di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan besarnya pasar Indonesia. Artinya masyarakat memberikan respon positif akan waralaba sektor makanan di market Indonesia.

## 5. PENUTUP

### • Kesimpulan

Saat ini perkembangan teknologi dan informasi menjadi sangat cepat dan semua dapat terlihat dari segala sesuatu yang serba canggih. Munculnya globalisasi dan revolusi industri 4.0, memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Salah satu bidang yang terpengaruh adalah bidang perekonomian, khususnya bisnis yang memunculkan berbagai macam model bisnis. Diantara berbagai model bisnis tersebut, *franchise* atau waralaba menjadi salah satu model bisnis yang banyak diminati saat ini.

Model bisnis *franchise* atau waralaba ini memungkinkan perusahaan yang mapan untuk tumbuh dan berkembang secara geografis dan untuk pengusaha pemula, *franchise* dapat memungkinkan mereka untuk membuka usaha baru (Erceg,

2021). Semenjak berakhirnya Perang Dunia II, konsep bisnis *franchise* mulai berkembang secara pesat di dunia. Bisnis *franchise* merupakan bisnis yang melakukan perjanjian antara dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Di dunia global sekarang, bisnis waralaba menjadi sangat populer karena kenyamanan, kemudahan, pengoperasian, serta biaya masuk yang rendah ke pasar. Pesatnya perkembangan sistem waralaba telah menjadikan waralaba sebagai sistem bisnis yang populer di berbagai bidang usaha, terutama di Amerika Serikat.

*Franchise* mulai ada di Indonesia pada tahun 1950-an. Diawali dari adanya seller kendaraan bermotor yang dibeli melalui lisensi (agen tunggal merek). Hingga saat ini, *franchise* terus tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia seiring dengan kemajuan teknologi dan sifat konsumtif masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan yang dikumpulkan pada periode Juni 2018 hingga Oktober 2021 menunjukkan bahwa *franchise* makanan dan minuman mendominasi sektor bisnis waralaba.

### • Saran

Dari segi penulisan maupun banyaknya referensi yang digunakan, penelitian ini

masih memiliki banyak kekurangan.  
Diharapkan untuk penelitian yang

selanjutnya dapat memperbaiki dan menyempurnakan segala kekurangan yang ada. hal ini dilakukan dengan menambah banyaknya referensi yang lebih luas dan menyempurnakan teknik penulisan.

## Daftar Pustaka

- \_\_\_\_\_.(2021, November).Kemendag Sebut Potensi Besar Bisnis Waralaba di Indonesia. diakses dari <https://majalahfranchise.com/kemendag-sebut-potensi-besar-bisnis-waralaba-di-indonesia/>. diakses : 18 Juni 2022
- Baden-Fuller, C., Haeflinger, S., 2020. Business Models and Technological Innovation. Long Range Planning 46 (6), 419e426.
- Badriyah, S.M. 2019. Aspek Hukum Perjanjian Franchise. Semarang : CV. TRIMEDIA PRATAMA. Hal 3-4
- Chen, Y.S. 2019. E-Entrepreneurship and Innovation in Franchising. International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation, 9(1). DOI: 10.4018/IJEEI.2019010101
- Effendi, Arif.2021.Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor dan Franchisee pada Usaha Waralaba dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Studi Aspek Hukum Perjanjian). Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 Juli 2021
- Erceg, A., Kelic, I., & Bilos, A. 2021. Evaluation of Franchise System Website : The Evidence from Croatia. Engineering and Service 13(1), 27-40. DOI : 10.2478/emj-2021-0002
- Fahmiyah, I. dan Ghufron, M.I. 2019. Konsep Waralaba Perspektif ekonomi islam. Amwaluna : Jurnal Keuangan dan Ekonomi Syariah Vol.3 No.1, Page 130-146
- Inas Fahmiyah, M. I. G.(2019). Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah 2, 3(1), 130-148
- Isradjuningtias, A.C.2020.Perbandingan Franchise Offering Circular Menurut Pranata Hukum Waralaba di Indonesia dan Australia. VeJ Volume 6, No.1 67- 93

Nafisa, Fahimatun.2021. Waralaba Minuman Kekinian Di Indonesia. KKBKK-2 FV.TP.01-21 Put d.

Nasrullah.2021 Royalti Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam. Al' Adl: Jurnal Hukum, Vol 1 Nomor 2, Juli 2021

Prabowo, M.S dan Muhyidin, M. 2021. Analisis Praktik Bisnis Waralaba dalam perspektid Persaingan Usaha (Studi Komparatif Salbel Lombok Resto dan Rocket Chicken Kota Brebes). Jurnal Ilmiah Hukum QISTIE Vol.14 No.1

Prihandono, D. dkk.2021.Franchise Business Sustainability Model : Role of Conflict Risk Management in Indonesian Franchise Business. Problems and Perspectives in Management, Volume 19, Issue 3, 2021

Sofiah, R., Suhartono, dan Hidayah, R.2020. Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (STM) Sebagai Model Pembelajaran : Sebuah Studi Literatur. Pedagogi : Jurnal Penelitian Pendidikan Volume 7, Nomor 1, Mei 2020.  
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/pendagogi>

Suhairi.2022. Persepsi Model Bisnis Pengembangan Kolaborasi Masa depan. JurnalEkonomi dan Bisnis Vol.9 No. 1