

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, bisnis waralaba semakin merebak dan diminati diseluruh Indonesia seiring kemajuan perekonomian nasional serta pertumbuhan masyarakat kelas menengah di tanah air. Model bisnis dari Amerika ini dinilai sesuai dengan karakter orang Indonesia yang berjiwa gotong royong dan suka menjalin kemitraan usaha dengan pihak lain. Para pelaku usaha dapat menggunakan sistem ini untuk melakukan ekspansi usaha sebab dengan cara ini di pandang lebih mudah dan lebih cepat dibandingkan membuka cabang usaha yang membutuhkan modal dan resiko besar.

Pelaku usaha yang telah terbukti memiliki sistem bisnis yang teruji dan mampu medatangkan keuntungan, dapat mengembangkan usaha dengan menjadi pemberi waralaba (*franchisor*). Pemberi waralaba selanjutnya dapat mengembangkan jaringan bisnis dengan cara mencari mitra usaha sebanyak mungkin. Dengan cara demikian, para pemberi waralaba akan mendapatkan keuntungan berlipat dari royalti yang dibayarkan oleh para mitra usaha selaku penerima waralaba (*franchisee*). Hal inilah yang mendasari penggunaan istilah “waralaba” yang artinya “lebih untung”.

Berkembang pesatnya sistem waralaba ini karena dinilai banyak memiliki keunggulan antara lain dapat mempercepat ekspansi usaha serta dapat menjadi wahana pertumbuhan pengusaha baru di tanah air. Pengusaha baru yang belum berpengalaman dapat bergabung di jaringan waralaba dengan cara menjadi penerima waralaba (*franchisee*) sehingga bisa meminimalkan resiko bisnis. Selain itu juga disebabkan karena banyaknya calon pengusaha yang ingin menciptakan usaha secara mandiri. Pengusaha waralaba di zaman sekarang semakin banyak karena memiliki motif ingin menjual sesuatu berdasarkan kreasinya sendiri yang dapat memberikan keuntungan baik waralaba skala kecil, waralaba skala menengah ataupun waralaba skala besar, pada dasarnya semua jenis waralaba

tersebut memberikan kontribusi cukup besar dalam perkembangan perekonomian negara Indonesia.

Pemerintah Indonesia pun kini semakin menyadari pentingnya mengembangkan model bisnis waralaba sebagai sarana untuk memberdayakan pengusaha lokal dengan cara membatasi gerai waralaba yang dapat dimiliki sendiri. Kebijakan ini diharapkan dapat mendorong perusahaan pemberi waralaba menggaet sebanyak mungkin mitra usaha lokal. Tidak hanya itu, pemerintah juga mewajibkan perusahaan waralaba untuk menggunakan produk dalam negeri minimal 80% dari produk yang dijual.

Dapat diamati bahwa saat ini negara Indonesia banyak dibajiri produk waralaba asing di subsektor kuliner, musik, seni pertunjukan. Pada serbuan waralaba asing tersebut bisa memberikan dampak positif dan negatif. Masuknya waralaba asing dapat mempercepat kemajuan perekonomian nasional, membuka lapangan pekerjaan, menambah peluang usaha, meningkatkan pemasukan pajak, serta dapat memacu pertumbuhan perkeonomian daerah. Namun jika tidak disikapi dengan bijaksana, penetrasi waralaba asing dapat mematikan pengusaha lokal. Hal inilah yang menjadi dasar munculnya kebijakan pemerintah untuk mebatasi kepemilikan gerai waralaba milik sendiri.

Dapat disimpulkan bawah di Indonesia pertumbuhan waralaba dari tahun ke tahun semakin meningkat. Itu menandakan waralaba memiliki potensi usaha yang besar. Namun pada perkembangannya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membangun usaha waralaba. Tidak semua bisnis waralaba dapat memberikan prospek usaha yang menjanjikan. Kadang kala suatu investasi di bidang waralaba tidak lebih menguntungkan dengan melakukan investasi di dunia perbankan walaupun waralaba ini sifatnya lebih produktif. Sehingga perlu mengetahui lebih dalam tentang waralaba.

B. Fokus dan Tujuan

Dari uraian diatas yang menjadi persoalan dapat ditujukan dalam buku ini adalah bagaimana definisi waralaba atau *franchise* dengan beberapa bagian-bagian dari sistem dan prosedur yang akan

menentukan prospek usaha. Hal itu akan membantu dalam melihat keuangan yang akan diperoleh dalam bisnis waralaba tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan membuat e-modul ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan lengkap tentang bisnis waralaba, bagaimana kelebihan dan kelemahan waralaba, analisis keuangan waralaba dan pemaparan kasus waralaba.

C. Manfaat dan Sistematika Penulisan

Dalam mempelajari buku ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana akuntansi digunakan dalam bisnis waralaba secara keseluruhan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dalam buku ini terdiri dari 9 bab sebelum diawali dengan pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup. Masing-masing dapat diringkas sebagai berikut:

- BAB I pendahuluan, berisi latar belakang, fokus dan tujuan, manfaat dan sistematika penulisan, serta novelty atau keterbaruan buku.
- BAB II membahas dasar akuntansi, tentang pengertian akuntansi, macam-macam perusahaan, siklus akuntansi perusahaan jasa, dagang, dan manufaktur.
- BAB III menjelaskan bisnis waralaba, tentang pengertian waralaba, jenis-jenis waralaba, kriteria bisnis waralaba, keuntungan dan kerugian bisnis waralaba.
- BAB IV mengulas waralaba di Indonesia, mengenai pengaturan waralaba di Indonesia, waralaba dan persaingan usaha, perjanjian waralaba, dan kewajiban pajak dalam waralaba.
- BAB V membahas akuntansi waralaba secara umum, berisi tentang siklus akuntansi.
- BAB VI membahas akuntansi waralaba berdasarkan jenis usaha yang disertai dengan contoh kasus.
- BAB VII menguraikan analisis keuangan usaha waralaba, bagaimana menilai simulasi keuangan, analisis keuangan teknikal, perencanaan keuangan dalam operasi waralaba, menghitung biaya perpanjangan waralaba yang disertai kasus.

BAB VIII membahas tentang latihan soal kasus perencanaan keuangan berdasarkan jenis usaha.

BAB IX penutup, berisi kesimpulan dan saran.

D. Keterbaruan (*Novelty*)

Buku ini dianjurkan untuk dibaca dan dipelajari, dikarenakan dalam buku ini menyajikan secara lengkap teori tentang dasar akuntansi, waralaba di Indonesia, akuntansi dalam bisnis waralaba, serta beberapa contoh kasus latihan soal.