

**PERANAN ANALISIS KEUANGAN DALAM PROSES PEMILIHAN  
WARALABA TERBAIK UNTUK INVESTASI**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

Oleh:  
**Timotius Liawanto**  
**2015120189**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
**BANDUNG**  
**2019**

**FINANCIAL ANALYSIS ROLE IN SELECTION PROCESS  
OF THE BEST FRANCHISE FOR INVESTMENT**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By  
Timotius Liawanto  
2015120189**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by National Accreditation Agency  
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PERANAN ANALISIS KEUANGAN DALAM PROSES  
PEMILIHAN WARALABA TERBAIK UNTUK INVESTASI**

Oleh:

Timotius Liawanto

2015120189

Bandung, Juni 2019

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi

Inge Barlian, Dra., Ak., M.Sc.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Timotius Liawanto  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 30 April 1995  
NPM : 2015120189  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Peranan Analisis Keuangan Dalam Proses Pemilihan Waralaba Terbaik Untuk Investasi

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Inge Barlian, Dra., Ak., M.Sc.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 10 Juni 2019

Pembuat pernyataan :



( Timotius Liawanto )

## ABSTRAK

Banyak pelajar maupun pekerja yang ingin memulai investasi namun terdapat banyak kendala untuk mengambil langkah pertama memulai suatu investasi tersebut. Selain itu, memilih waralaba sebagai bisnis investasi masih jarang didengar di kalangan masyarakat. Bagi para mitra baru yang baik sudah atau belum memiliki pengalaman dalam berbisnis, waralaba dapat memudahkan investasi dengan mengurangi berbagai resiko dan juga biaya sehingga modal yang diinvestasikan dapat lebih terjamin untuk memberikan keuntungan apalagi balik modal dibanding memulai bisnis dari titik nol.

Analisa keuangan dapat diterapkan dalam proses pemilihan waralaba agar memudahkan para mitra yang tertarik untuk memulai berbisnis waralaba sebagai investasi. Analisa keuangan seperti *break-even point* (BEP), *payback period* (PP), dan *return on investment* (ROI) dapat memberikan gambaran yang mudah dimengerti sehingga mitra dapat mempertimbangkan pemilihan waralaba yang lebih terpercaya dan meyakinkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *applied research* atau terapan. Teknik pengolahan data yang dilakukan penulis adalah dengan wawancara, studi kasus, dan data sekunder. Objek penelitian yang dianalisis dalam penelitian ini adalah SABANA Fried Chicken, JNE, dan Indomaret.

Dari hasil penelitian dari ketiga waralaba yang dilakukan penulis, didapatkan bahwa perhitungan analisa ketiga waralaba tersebut memberikan gambaran bagaimana ketiga waralaba tersebut bekerja. BEP, PP, dan ROI yang digunakan akan lebih meyakinkan mitra baru untuk berinvestasi dalam waralaba untuk investasi dibanding memulai bisnis awal dari titik nol. Gambaran yang diberikan meyakinkan mitra bahwa ketiga waralaba tersebut memiliki waktu balik modal yang singkat dan biaya per bulan yang harus dikeluarkan sudah tetap.

Kata kunci: analisa keuangan, BEP, PP, ROI.

## ABSTRACT

*Many students and workers want to start an investment but there are many obstacles to taking the first step in starting an investment. In addition, choosing a franchise as an investment business is still rarely heard among the public. For new partners who have or do not have experience in business, franchising can facilitate investment by reducing various risks and costs so that invested capital can be guaranteed to provide benefits, especially returns on investment, rather than starting a business from zero.*

*Financial analysis can be applied in the franchise selection process to make it easier for partners who are interested in starting a franchise business as an investment. Financial analysis such as break-even point (BEP), payback period (PP), and return on investment (ROI) can provide an easy-to-understand picture so that partners can consider the selection of a more reliable and convincing franchise.*

*The method used in this study is applied research or applied. Data processing techniques carried out by the author are interviews, case studies, and secondary data. The research objects analyzed in this study were SABANA Fried Chicken, JNE, and Indomaret.*

*From the results of the research of the three franchises conducted by the author, it was found that the calculation of the analysis of the three franchises provided an illustration of how the three franchises worked. BEP, PP, and ROI used will be more convincing for new partners to invest in franchises for investment than starting an initial business from zero. The description given convinced the partners that the three franchises had a short turnaround time and the monthly costs that had to be spent were fixed.*

*Keywords: financial analysis, BEP, PP, ROI.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Peranan Analisis Keuangan Untuk Pemilihan Waralaba Terbaik Untuk Investasi”.

Skripsi ini disusun sedemikian rupa untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah dibimbing, dibantu, diarahkan, dimotivasi, serta didukung oleh banyak pihak. Dengan demikian, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua, kedua kakak perempuan beserta kakak ipar penulis yang telah memberikan berbagai motivasi dan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dan studi di Universitas Katolik Parahyangan;
2. Ibu Inge Barlian, Dra., Akt., MSc. selaku dosen pembimbing penulis yang sudah sangat sabar dan banyak berkontribusi dengan menyediakan waktu untuk penulis melakukan bimbingan dengan beliau, serta memberikan saran dan masukan terhadap penulis dalam menyusun skripsi ini;
3. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku ketua program studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan, Bandung;
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Universitas Katolik Parahyangan yang sudah berkontribusi dalam memberikan wawasan, ilmu, serta pengalaman yang sangat bermanfaat selama penulis melaksanakan studi di Universitas Katolik Parahyangan;
5. Ko David, Ka Jun dan Mas Wawan selaku responden dari masing-masing waralaba yang diwawancarai atas bantuan dan kerjasamanya dalam menyusun skripsi ini;
6. Geka, Willy dan Theo selaku teman seperjuangan selama menempuh kuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Teman - teman penulis di Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu;

8. Semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membaca skripsi ini. Terima kasih.

Bandung, 10 Juni 2019

Timotius Liawanto

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran .....	6
1.6 Bagan Kerangka Pemikiran.....	8
BAB 2 .....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Ketentuan Untuk Membuat <i>Franchise</i> / Waralaba.....	9
2.2 Dasar Hukum Waralaba .....	10
2.3 Waralaba.....	12
2.3.1 Klasifikasi Waralaba 1: Menurut Kriteria atau Produk yang Ditawarkan. 12	
2.3.2 Klasifikasi Waralaba 2: Menurut Asalnya.....	12
2.3.3 Klasifikasi Waralaba 3: Menurut IFA .....	13
2.4 Keuntungan dan Konsekuensi Waralaba.....	14
2.4.1. Keuntungan.....	14
2.4.2. Konsekuensi.....	16
2.5. Investasi.....	18
2.5.1. Pengertian Investasi .....	18
2.5.2. Jenis-jenis Investasi .....	18
2.5.3. Tujuan Investasi.....	19
2.5.4. Dasar Keputusan Investasi.....	19
2.6. Titik Impas (BEP) .....	20
2.7 Periode Pengembalian .....	21

2.8 Laba Atas Investasi .....	22
BAB 3 .....	23
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	23
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.2.1. Wawancara.....	24
3.2.2. Studi Kepustakaan .....	24
3.2.3. Data Sekunder.....	24
3.3. Jenis dan sumber data.....	24
3.4. Teknik pengolahan data.....	25
3.5. Objek Penelitian .....	26
3.5.1. Sample Penelitian .....	26
3.5.2. Profil Perusahaan .....	26
BAB 4 .....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Kriteria Pemilihan <i>Franchise</i> .....	31
4.2 <i>Franchise</i> dan <i>Royalty Fee</i> dari <i>Franchise</i> yang Digunakan .....	32
4.3 Analisa Keuangan.....	33
4.3.1 Analisa Keuangan SABANA Fried Chicken.....	33
4.3.2 Analisa Keuangan JNE .....	35
4.3.3 Analisa Keuangan Indomaret.....	37
4.3.4 Analisis Hasil Perhitungan.....	40
BAB 5 .....	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> <i>Franchise Fee dan Royalty Fee</i> SABANA FRIED CHICKEN .....	27
<b>Tabel 3. 2</b> <i>Franchise Fee dan Royalty Fee</i> JNE .....	28
<b>Tabel 3. 3</b> <i>Franchise Fee dan Royalty Fee</i> Indomaret.....	30
<b>Tabel 4. 1</b> Tabel Franchise Fee dan Royalty Fee .....	32
<b>Tabel 4. 2</b> Tabel Perhitungan SABANA .....	40
<b>Tabel 4. 3</b> Tabel Perhitungan JNE .....	41
<b>Tabel 4. 4</b> Tabel Perhitungan Indomaret.....	41
<b>Tabel 4. 5</b> Tabel Hasil Perhitungan .....	42

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>8</b>
--------------------------------------------------	----------

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1 Rincian Pembiayaan Counter SABANA FRIED CHICKEN .....</b>	<b>1</b>
<b>LAMPIRAN 2 Persyaratan Keagenan JNE .....</b>	<b>2</b>
<b>LAMPIRAN 3 Syarat dan Tahapan Waralaba Indomaret .....</b>	<b>10</b>
<b>LAMPIRAN 4 Hasil Interview SABANA FRIED CHICKEN .....</b>	<b>11</b>
<b>LAMPIRAN 5 Hasil Interview JNE.....</b>	<b>16</b>
<b>LAMPIRAN 6 Hasil Interview Indomaret .....</b>	<b>20</b>
<b>LAMPIRAN 7 Lokasi Sample SABANA FRIED CHICKEN.....</b>	<b>23</b>
<b>LAMPIRAN 8 Lokasi Sample JNE.....</b>	<b>24</b>
<b>LAMPIRAN 9 Lokasi Sample Indomaret .....</b>	<b>25</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Fenomena yang menarik di beberapa tahun ini yaitu makin tumbuh suburnya Bisnis *Franchise* di Indonesia. Kalau kita amati saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat kreatif menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha Food & Beverage (F&B), retail dan juga jasa. Beberapa diantara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan atau di jalan utama di lokasi yang strategis di tengah kota. Contoh yang sangat mudah adalah usaha makanan Mc Donald, Kentucky Fried Chicken, Indomaret, JNE, dan sebagainya. Itupun disusul dengan sangat banyak lagi usaha *franchise* asing lain seperti Bread Story, Bread Talk, serta Wendy's. Beberapa pemilik usaha berada di luar negeri seperti Mc Donald, Dunkin Donuts, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Wendys, Starbucks yang berasal dari Amerika Serikat, Bread Story dari Malaysia dan Bread Talk dari Singapura dengan pembeli yang cukup banyak dan rela menunggu untuk mendapatkan hidangan yang diinginkan pembeli.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pengertian *Franchise* (Waralaba) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap suatu sistem bisnis dengan ciri khas usaha di dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang sudah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau dipergunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian *franchise* (waralaba). Pada awal pendirian bisnis *franchise*, pihak pemilik *franchise*-lah yang paling diuntungkan. Walau begitu, sebelum menjual bisnis yang dijalani, franchisor hendaklah menentukan *franchise fee* maupun *royalty fee* terlebih dahulu.

Pertumbuhan Waralaba harus di mulai dengan pertumbuhan business opportunity (BO). Pertumbuhan BO saat ini berbanding lurus dengan penciptaan Wirausaha baru di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, rasio Wirausaha di Indonesia naik dari 1,67 persen menjadi 3,10 persen dari jumlah penduduk sebanyak 225 juta orang. Perekonomian Indonesia pada triwulan II 2016

mengalami pertumbuhan sebesar 5,01 persen, dengan produk domestik bruto atas dasar harga berlaku mencapai Rp 3.366,8 triliun.

Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (Wali) Levita Ginting Supit mengatakan industri waralaba diharapkan dapat lebih baik dari tahun lalu dan tetap tumbuh. Adapun pendapatan laba kotor dari waralaba pada 2017 sekitar Rp200 triliun untuk seluruh bisnis waralaba baik asing maupun lokal. Beliau mengatakan hal tersebut juga dipengaruhi respons masyarakat Indonesia terhadap makanan dan minuman yang sangat positif. Menurutnya dengan kondisi ekonomi yang kurang baik, bisnis makanan tidak pernah mati.

Premis di atas merupakan konfirmasi bahwa Waralaba Indonesia terus tumbuh dan berkembang. Salah satu yang melatarbelakangi pertumbuhan ini adalah paket ekonomi yang digulirkan oleh pemerintah dalam memberikan insentif kemudahan dalam berwirausaha.

Menggunakan data yang ada, berdasarkan data dari KompasTV, hanya 5% statup berhasil dikelola dan 95% lainnya pailit. Banyak kendala yang dihadapi oleh seseorang ketika ingin memulai bisnis baru atau yang ingin beralih pekerjaan dari karyawan menjadi seorang wiraswasta. Bekerja ke orang lain sangatlah berbeda dengan mengelola bisnis sendiri dan tentu saja resiko yang dimiliki akan menjadi sangat besar karena semua keputusan harus diambil dan dipertanggung jawabkan sendiri. Beberapa kendala yang paling besar ketika memulai investasi yaitu perasaan khawatir akan kegagalan, keterbatasan modal, takut meninggalkan pekerjaan (zona nyaman), tidak punya skill dalam berbisnis, tidak memiliki koneksi, dan takut untuk mencoba hal baru yang belum dicoba sebelumnya.

Jadi, mengapa memilih *franchise* dibanding memulai investasi sendiri? Jawabannya adalah untuk menghemat waktu dan mengambil jalan pintas. Jika dirincikan, kelebihan membuka *franchise* adalah untuk menghemat waktu, sudah tersedia standart *operating procedure* dari penyedia *franchise*, modal yang dikeluarkan sebenarnya jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan pengalaman, waktu, dan biaya penyedia *franchise* dalam men-*develop* usahanya, promosi dilakukan biasanya oleh pihak penyedia *franchise*, penentuan lokasi berdasar pengalaman dan ilmu franchisor, ijin dan birokrasi telah dilakukan dan selesai,

manajemen yang solid, ada pelatihan SDM, resiko terbilang sedang, ilmu dan pengetahuan yang akan dibagi untuk para pendaftar *franchise*, keamanan dari bisnis yang lebih terjamin, dan networking bisnis yang luas.

Hal yang harus dimengerti sebelumnya dalam berbisnis waralaba adalah *Royalty fee*. *Royalty fee* merupakan biaya yang harus dibayar secara periodik atas penggunaan konsep, sistem, penemuan, proses, metode, logo, merek atau nama berdasarkan perjanjian waralaba, baik yang disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum dari jumlah *royalty* tertentu atau tidak. *Royalty fee* termasuk salah satu sumber pendapatan bagi seorang yang mempunyai hak cipta akan sesuatu yang dianggap bermanfaat dan digemari oleh orang banyak, sehingga seorang pencetus kreatifitas menetapkan fee atas apa yang telah diciptakan dengan tujuan agar dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Sistem *royalty fee* dalam bisnis waralaba ditentukan berdasarkan suatu persentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksi atau jasa yang diwaralabakan tersebut laku terjual. Tujuan dikenakan fee dari waralaba sendiri adalah agar suatu usaha dapat saling menguntungkan dan membantu demi kelangsungan usaha tersebut. Pada umumnya, besar fee yang dibebankan pada *franchisee* sebesar 1% - 12% dari pendapatan kotor per periode. Jika dilihat dari bentuk perjanjiannya, waralaba dapat dikategorikan sebagai bentuk kerjasama yang bersifat bagi hasil, terjadi di antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana sesuai dengan kesepakatan untuk mencapai keuntungan bagi kedua belah pihak, keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan (Antonio, 2001).

Penentuan *franchise fee* dan *royalty fee* sebaiknya dihitung dengan tepat agar franchisor tidak merasa dirugikan dan sebaliknya pihak franchisor juga tidak boleh terlalu membebani *franchisee*. Oleh karena itu, dalam menghitungnya adanya perlu mempertimbangkan pricing policy (kebijakan dalam membebaskan harga) seperti Market Oriented, Customer Oriented, dan juga Cost Oriented.

Terdapat pula beberapa jenis *franchise* yaitu Trade Name Franchising. Waralaba berjenis Trade Name Franchising merupakan sebuah waralaba yang memperoleh hak untuk memproduksi. Kedua yaitu Product Distribution Franchising.

Product Distribution Franchising merupakan waralaba (*franchise*) memperoleh hak untuk distribusi di wilayah tertentu, misalnya soft drink. Yang terakhir adalah Pure Franchising / Business Format. Pure Franchising / Business Format merupakan waralaba yang memperoleh hak sepenuhnya, mulai dari trademark, penjualan, peralatan, metode operasi, strategi pemasaran, bantuan manajemen dan teknik, pengendalian kualitas, dan lain-lain.

*Franchisee* bisa menentukan *franchise fee* dan *royalty fee* pada bisnis *franchise* menggunakan perhitungan masing-masing perusahaan sendiri. Kalaupun harga yang dihasilkan tidak tepat, *Franchisee* juga bisa menggabungkan beberapa metode lain. Apapun metode yang digunakan dan berapapun harga yang ditetapkan, haruslah pihak *franchisee* tetap memiliki keuntungan dan bisa mengembalikan modal awal. *Franchisee* sebagai pemilik sekaligus pemberi *franchise* juga harus menerima keuntungan yang bisa dijadikan sebagai *passive income* dalam bisnis tersebut.

Setelah mengetahui semua detail waralaba, penulis memilih untuk menggunakan bantuan analisis keuangan dalam proses pemilihan waralaba yang diinginkan. Alasannya yaitu dengan menggunakan analisa keuangan, para mitra akan mendapatkan gambaran yang jauh lebih jelas tentang kapan akan mendapatkan balik modal, apakah waralaba tersebut menguntungkan atau tidak, serta dapatkah waralaba tersebut memberikan keuntungan yang besar bagi mitranya. Semua hal ini akan tercerminkan dalam analisa keuangan sehingga hal ini akan meredakan keraguan para mitra pada saat pertama ingin berinvestasi awal di waralaba.

Selain itu penulis juga berharap penelitian ini dapat membantu para pemilik usaha yang telah memiliki bisnis namun tidak mengerti tentang waralaba sebagai *insight* bagaimana waralaba itu dapat menjadi upaya ekspansi bisnis tersebut ataupun langkah berikutnya bagi para pemilik usaha. Terdapat juga beberapa syarat bagaimana seorang pemilik usaha dapat mengubah bisnis yang dimiliki menjadi sebuah waralaba.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Setelah melihat latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas oleh penulis secara rinci. Permasalahan ini antara lain:

1. Bagaimana pemilihan kriteria investasi *franchise* dapat membantu untuk pemilihan *franchise* sebagai investasi?
2. Bagaimana memilih *franchise fee* dan *royalty fee* yang sesuai dengan modal dan kondisi tempat franchise tersebut akan dijalani?
3. Bagaimana analisa keuangan dapat membantu franchisor dalam memilih franchise yang terbaik untuk investasi?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pertimbangan kriteria investasi untuk memilih *franchise* untuk investasi
2. Mengetahui *franchise fee* dan *royalty fee* secara rinci agar sesuai dengan kondisi yang dimiliki masing-masing franchisor.
3. Mengetahui penggunaan analisa keuangan dengan jelas untuk memilih *franchise* yang terbaik untuk investasi.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Penulis

Sebagai saran untuk menambah pengetahuan dan menerapkan wawasan mengenai analisis kinerja keuangan perusahaan yang didapatkan selama masa perkuliahan.

2. Perusahaan

Sebagai masukan maupun sumber informasi untuk membantu perusahaan menentukan kebijakan – kebijakan yang akan dilakukan pada periode selanjutnya serta mengetahui sejauh mana kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.

3. Pembaca

Sebagai sumber informasi bagi pihak – pihak yang membutuhkan informasi tersebut sehingga dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya dimasa yang akan datang.

#### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Terdapat beberapa pertimbangan yang harus dilakukan sebelum memilih suatu bisnis *franchise* untuk investasi, dapat dalam hal pertimbangan strategi dan juga finansial. Pemilihan *franchise* yang tepat tentu saja tidak luput dari pengembalian modal serta keuntungan yang dapat diukur sehingga mendapatkan waralaba yang sesuai dengan keinginan serta menguntungkan.

Jika suatu perusahaan atau individu ingin mencapai laba dan tujuan yang diinginkan, maka diperlukan juga alat untuk melihat dan menilai secara menyeluruh kinerja keuangan agar tetap pada kondisi yang baik, dengan cara menggunakan analisa rasio-rasio keuangan. Analisa rasio keuangan menurut Sundjaja, R. S. L., & Sundjaja, D. P., (2013:165), adalah suatu metode perhitungan dan interpretasi rasio keuangan untuk menilai kinerja dan status suatu perusahaan atau bisnis. Analisa

keuangan yang dipakai adalah analisa Break Even Point (BEP), Payback Reriod dan juga Return of Investment.

Analisis keuangan digunakan untuk mengevaluasi bisnis, proyek, anggaran, dan entitas terkait keuangan lainnya untuk menentukan kinerja dan kesesuaiannya. Biasanya, analisis keuangan digunakan untuk menganalisis apakah suatu entitas stabil, pelarut, likuid atau cukup menguntungkan untuk menjamin investasi moneter.

Dalam menjalankan bisnis, seorang pengusaha harus memerhatikan jumlah dana yang harus diinvestasikan dalam mencapai target penjualan, jumlah margin keuntungan yang diperoleh, dan bagian dari margin keuntungan tersebut yang akan digunakan untuk mengembangkan bisnis. Apabila investasi yang dilakukan hanya menghasilkan margin keuntungan yang sedikit, maka bisnis tersebut akan mengalami kesulitan untuk berkembang di masa yang akan datang dan bahkan dalam jangka panjang akan mengalami kegagalan.

Setelah dilakukan analisa maka dapat diketahui bagaimana kineija keuangan seatu perusahaan. Hampir setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yakni untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal atau laba. Dan bagi perusahaan yang ingin tetap mendapatkan keuntungan yang maskimal dan berada dalam kondisi di tengah-tengah persaingan yang sangat aktif dan kompetitif ini tidaklah gampang. Menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32), "Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefmisikan sebagai berikut:  $Laba = Penjualan - Biaya$ ." Maka dari itu, untuk mencapai keuntungan yang maksimal dibutuhkan manajemen biaya yang efisien.

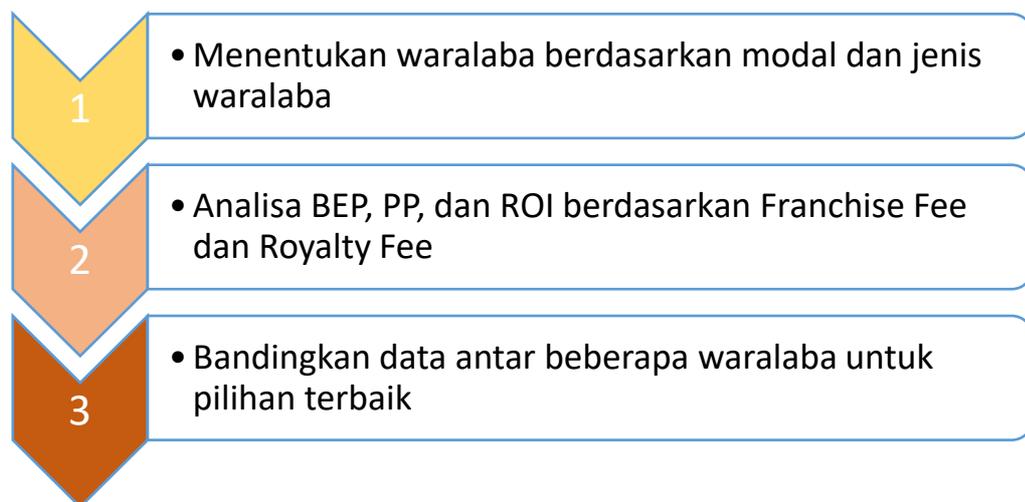
Menurut Mulyadi (2012:3), pengertian biaya dibagi kedalam arti luas dan sempit seperti berikut: "Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam suatu uang, yang telah terjadi atau mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan." Jika pengelolaan biaya suatu perusahaan baik, maka setiap biaya akan keluar secara efisien dan tidak akan menjadi masalah besar bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Dengan ini, penulis berharap dapat memberikan hasil yang dapat memmjukan kekurangan dan hambatan-hambatan yang dalam pemilihan suatu waralaba sebagai *investasi*, dan keunggulan-keunggulan yang harus diperhitungkan dan dibandingkan dari sebuah waralaba. Serta membantu individu dalam mengevaluasi tindakan apa yang harus dilakukan untuk menghitung dan mengatur keuangannya sebelum memutuskan untuk memilih suatu waralaba.

## 1.6 Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1

### Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah oleh Penulis