

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN MENGADOPSI BUSINESS FORMAT FRANCHISING PADA BAKSO PAK ATMO DI KARAWANG

Selamet Riyadi¹, Prodi Mbti²

Universitas Telkom

Abstrak

Untuk mengembangkan bisnis, salah satu langkah yang dapat digunakan adalah melakukan perluasan jaringan usaha, yaitu dengan membuka cabang di beberapa tempat untuk menjangkau pelanggannya. Perluasan jaringan ini dapat dilakukan dengan cara yang lebih mudah, yaitu dengan menggunakan konsep yang dinamakan franchise (waralaba). Saat ini bisnis franchise mulai mewabah dan dianggap sebagai langkah strategis yang ampuh untuk mengembangkan dan memperluas jaringan bisnis dengan biaya yang murah, cepat, dan memiliki tingkat keberhasilan yang relatif tinggi. Bakso Pak Atmo adalah suatu tempat makan yang sedang mengalami peralihan konsep dari kaki lima ke resto yang sudah berdiri sejak tahun 2000. Untuk mengembangkan usahanya Bakso Pak Atmo ini berencana untuk mengembangkan usahanya dengan format bisnis franchise. Output dari penelitian ini adalah perubahan dari keadaan saat ini yang ada di Perusahaan (current condition) menjadi suatu warung bakso dengan format bisnis franchising (future condition). Untuk menjawab hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan untuk mengetahui apakah Bakso Pak Atmo memenuhi kriteria untuk menjalankan bisnis franchise. Kriteria-kriteria tersebut merupakan hasil rumusan dari buku Ekotama dan merupakan saran dari para franchisor yang telah lebih dahulu berpengalaman dibidang franchise. Dari hasil wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan kepada pihak perusahaan, penulis dapat mengetahui kriteria mana yang sudah dipenuhi dan yang belum dipenuhi untuk menjawab permasalahan yang ada dan apa saja yang harus dipersiapkan oleh Bakso Pak Atmo. Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Bakso Pak Atmo sedang dalam proses pemenuhan kriteria bisnis franchise, untuk itu perlu diadakan pembenahan untuk mengadopsi konsep franchise. Kata Kunci : Franchise, Bakso Pak Atmo, Pengembangan Bisnis

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

| | | |
|--------------------|---|--|
| Nama Perusahaan | : | Bakso Pak Atmo |
| Tahun Berdiri | : | 1996 |
| Alamat | : | Jalan Manggis No. 2 (samping Rel K.A), Karawang, Indonesia 41313 |
| Jenis Usaha | : | makanan /kuliner |
| Pemilik Perusahaan | : | Mulyono |

1.1.2 Sejarah Singkat Objek Studi

Bakso Pak Atmo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan yang berpusat di Jalan Manggis No 2 Karawang. Hingga saat ini perusahaan telah mempunyai 1 buah cabang yang berlokasi di Jalan Lamarin.

Bakso Pak Atmo ini merupakan usaha keluarga yang telah dikelola sejak tahun 1996. Usaha ini berawal dari dirasakannya banyak peluang yang diperoleh dari membuka usaha makanan/kuliner, dimana saat ini usaha makanan adalah suatu usaha yang banyak diminati oleh setiap orang selain keuntungannya yang lumayan ,usaha makanan juga saat ini adalah usaha yang paling berkembang.

1.1.3 Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum

Sejak berdiri tahun 1996 hingga sekarang, Bakso Pak Atmo telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari perkembangannya dan strategi yang dilakukannya hingga sekarang.

1.1.3.1 Perkembangan Usaha

Bakso Pak Atmo adalah usaha yang bergerak di bidang makanan telah berdiri sejak tahun 1996. Dengan menyajikan berbagai menu makanan yang lebih diutamakan adalah mie ayam dan baso nya.

Bakso Pak Atmo juga sudah mendapatkan *Break Event Point*. Pada setiap tahun/triwulan nya terlihat bahwa di cabang Bakso Pak Atmo menunjukkan kemajuan, dapat dilihat pada Tabel 1.1 hingga Tabel 1.2.

Akan tetapi untuk tetap bisa bersaing dengan kompetitor lain, Bakso Pak Atmo perlu melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanannya baik di bidang sumber daya manusia maupun pada pelayanan fasilitas pendukungnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik untuk konsumen, seperti memberikan pelatihan terhadap sumber daya manusia, mengikuti perkembangan, membeli fasilitas-fasilitas baru,serta menciptakan tempat yang nyaman, dengan hal

tersebut Bakso Pak Atmo dapat berusaha bersaing dengan kompetitor lainnya.

Tabel 1.1
Pendapatan Pertahun Bakso Pak Atmo Cabang Jalan
Manggis

| Tahun | Triwulan | Pendapatan (Rp) | Total Pendapatan (Rp) |
|-------|----------|-----------------|-----------------------|
| 2008 | TW I | 136.158.000 | 557.139.000 |
| | TW II | 154.898.000 | |
| | TW III | 125.654.000 | |
| | TW IV | 140.429.000 | |
| 2009 | TW I | 143.716.000 | 659.578.000 |
| | TW II | 153.998.000 | |
| | TW III | 173.123.000 | |
| | TW IV | 188.741.000 | |
| 2010 | TW I | 156.136.000 | 668.856.000 |
| | TW II | 188.233.000 | |
| | TW III | 155.439.000 | |
| | TW IV | 169.048.000 | |

Sumber: Data Internal Perusahaan (diolah)



vi
Telkom
University

Tabel 1.2
Pendapatan Pertahun Bakso Pak Atmo Cabang
Lamaran

| Tahun | Triwulan | Pendapatan (Rp) | Total Pendapatan (Rp) |
|-------|----------|-----------------|-----------------------|
| 2008 | TW I | 107.648.000 | 462.413.000 |
| | TW II | 120.384.000 | |
| | TW III | 112.084.000 | |
| | TW IV | 122.297.000 | |
| 2009 | TW I | 117.880.000 | 530.546.000 |
| | TW II | 136.334.000 | |
| | TW III | 143.629.000 | |
| | TW IV | 132.703.000 | |
| 2010 | TW I | 140.448.000 | 595.501.000 |
| | TW II | 123.922.000 | |
| | TW III | 153.681.000 | |
| | TW IV | 177.450.000 | |

Sumber: Data Internal Perusahaan (diolah)

1.1.3.2 Pricing / Penetapan Harga

Dalam penetapan harga Bakso Pak Atmo menggunakan perhitungan harga pokok penjualan dan analisis kompetitor. Harga pokok penjualan terdiri dari: harga bahan baku misalnya tepung, daging, minyak, sayuran, dll. Analisis kompetitor terhadap beberapa pesaing lainnya yang kemudian, dilakukan perbandingan

harga. Melalui hasil perhitungan harga pokok penjualan dan analisis perbandingan pesaing tersebut, Bakso Pak Atmo dapat menetapkan harga yang terjangkau.

1.1.3.3 *Promotion Strategy / Strategi Promosi*

Pada awal berdirinya Bakso Pak Atmo promosi dilakukan dengan cara pemberitahuan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan menyebarkan brosur kepada pelanggan serta memasang spanduk. Promosi lainnya dilakukan dengan melakukan promosi melalui social media, misal nya *facebook*.

1.1.3.4 *Business Ethics / Etika Bisnis*

Etika merupakan petunjuk moral sebagai pedoman dalam melakukan tindakan dan dan perilaku dari suatu individu atau organisasi. Sedangkan etika bisnis (*Business Ethics*) merupakan etika dalam berperilaku bisnis. Dalam menjalankan bisnisnya Bakso Pak Atmo menjalankan etika bisnis sebagai berikut:

- a. Menggunakan produk produk yang berkualitas sehingga konsumen aman dalam mengkonsumsi makanan tersebut
- b. Menciptakan toleransi kerja bagi karyawan dengan memberikan makan siang gratis dan hari libur satu minggu sekali bagi karyawan.

1.1.4 Segmentasi

Segmentasi yang dilakukan oleh Bakso Pak Atmo yaitu segmentasi geografis. Dalam segmentasi geografis, Bakso Pak Atmo memutuskan untuk beroperasi di kota Karawang.

1.1.5 Struktur Organisasi

Bakso Pak Atmo belum memiliki struktur organisasi secara resmi karena masih dalam masa membenahan di dalam bagian internal manajemen.

1.1.6 Sumber Daya Manusia Bakso Pak Atmo

Dalam pelaksanaannya, awalnya Bakso Pak Atmo mempekerjakan 5 orang karyawan. Seiring semakin berkembangnya perusahaan, maka jumlah karyawan juga ikut bertambah. Kini jumlah karyawan Bakso Pak Atmo kurang lebih 10 orang dalam setiap cabang Bakso Pak Atmo.

Karyawan bekerja selama sebelas jam, yaitu mulai pukul 10.00-21.00 dan masing-masing karyawan diberikan kesempatan libur satu hari. Kesempatan libur tersebut hanya bisa diambil antara hari senin jumat, untuk hari sabtu dan minggu semua karyawan diwajibkan untuk masuk.

1.1.7 Daftar Menu Bakso Pak Atmo

Tabel 1.3
Daftar Harga Bakso Pak Atmo

| No. | Menu | Harga (Rp) |
|-----|----------------|------------|
| 1. | Mie Ayam Bakso | 9000 |
| 2. | Mie Ayam | 7000 |
| 3. | Mie Bakso | 7000 |
| 4. | Es Campur | 7000 |
| 5. | Juice Alpukat | 7000 |
| 6. | Juice Melon | 7000 |
| 7. | Juice Tomat | 7000 |
| 8. | Juice Jeruk | 7000 |
| 9. | Freshtea | 3000 |
| 10. | The Botol | 3000 |
| 11. | Es Teh Manis | 2000 |
| 12. | Es Teh | 1000 |
| 13. | Krupuk | 1000 |

Harga pelayanan yang diberikan Bakso Pak Atmo kepada konsumen relatif terjangkau. Sehingga dapat mencakup target pasar dari semua kalangan masyarakat

1.2 Latar Belakang Penelitian

Franchising (pewaralabaan) pada hakikatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian, *franchising* bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya, sama strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem *franchisee* dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merk untuk berbagi dengan pihak lain.

Franchising saat ini sedang menjadi tren dalam upaya memasarkan produk atau jasa. Metodenya yang mudah dipahami dengan mengembangkan jumlah *outlet* atau *business model*. Dalam pemasaran *franchising*, prinsip dasarnya adalah

1. Mengetahui pelanggan dan pasar
2. Promosikan produk dan jasa lewat kampanye, *media public*, *media relations*, tv, radio, iklan dan *direct mail*.
3. Jaga pelanggan lama agar tetap kembali dengan melakukan *in store promotions*, *loyalty program*. Dan, libatkan mereka dalam komunitas Anda baik dalam kegiatan *sponsorship* atau pun kegiatan amal.
4. Berikan customer tambahan informasi tentang perusahaan Anda. Caranya, bisa lewat brosur, *white paper* dan *sales videos*.
5. Identifikasi pendekatan inovatif untuk mendapatkan lebih banyak bisnis.

Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat cepat untuk mendekati produk kepada konsumennya keunggulan lain dari sistem *franchise* bagi *franchisee* diantaranya:

1. Pihak *franchisor* memiliki akses pada permodalan dan berbagi biaya dengan *franchisee* dengan resiko yang relatif lebih rendah.
2. Pihak *franchisee* mendapat kesempatan untuk memasuki sebuah bisnis dengan cara cepat dan biaya lebih rendah

dengan produk atau jasa yang telah teruji dan terbukti kredibilitas mereknya.

3. *Franchisee* secara berkala menerima bantuan manajerial dalam hal pemilihan lokasi bisnis, desain fasilitas, prosedur operasi, pembelian, dan pemasaran

Sedangkan kelemahan sistem *franchise* bagi *franchisee* adalah:

1. Sistem *franchise* tidak memberikan kebebasan penuh kepada *franchisee* karena *franchisee* terikat perjanjian dan harus mengikuti sistem
2. Pertaruhan merek, sehingga *franchisee* harus bisa menjaga merek tersebut.

(Sumber: <http://www.frommarketing.com> diakses: 15 Maret 2011)

Hasil survey juga menemukan, market size bisnis *franchise* sangat besar. Omzet secara keseluruhan dari seluruh pemain di bisnis ini untuk 2008 diperkirakan mencapai Rp 81.03 triliun. Bahkan yang menggemirakan pemain lokal mampu menyalip keberadaan merek asing. Pemain lokal mampu membubukan sebanyak Rp 45.49 triliun atau sekitar 56,15%. Sedangkan omzet dari bisnis *franchise* asing mencapai Rp 35.94 triliun atau setara dengan 43,85%. Begitu pula dengan penyerapan tenaga kerja, tahun lalu (2007) bisa menyerap tenaga kerja sebanyak 391.471, maka tahun ini diperkirakan tumbuh menjadi 523.162 karyawan dengan pertumbuhan 33,64%. Angka pertumbuhan penyerapan tenaga kerja ini sejalan dengan pertumbuhan outlet. Ini bukti kembali bahwa *franchise* berkontribusi terhadap perekonomian terutama

penciptaan lapangan kerja. Bahkan jika dihitung-hitung satu karyawan menghidupi 4 orang maka, franchise berkontribusi 2.092.648 jiwa atau mampu menyumbangkan 0,83 % dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 250 juta jiwa. Belum lagi bisnis pendukung yang hidup dibalik perkembangan bisnis franchise. (Sumber: [http://www. Salam franchise.com](http://www.Salamfranchise.com). diakses: 15 Maret 2011)

Hasil riset Majalah Info Franchise (MIF) mengemukakan omset penjualan usaha franchise di Indonesia baik milik lokal maupun asing, yang berbentuk franchise dan business opportunity diperkirakan sampai akhir tahun 2010 sebesar Rp 114,64 triliun. Jumlah tersebut naik 20% dari perolehan tahun 2009 sebesar Rp 95 triliun. Tren peningkatan omset bisnis franchise sedikit terlihat dari tahun 2008, dimana pada tahun tersebut memperoleh omset sebesar Rp 81 triliun dan meningkat 18 % pada tahun 2009 menjadi Rp 95 triliun. Dengan demikian, rata-rata pertumbuhan sepanjang tahun 2008-2010 adalah sebesar 19% per tahun. Saat ini jumlah franchise di Indonesia mencapai 518 merek dengan daya tampung tenaga kerja mencapai hampir sejuta orang.

(Sumber: <http://www.majalahduit.com>. diakses: 15 Maret 2011)

Salah satu alasan orang terjun di bisnis makanan adalah keuntungan yang diperoleh relatif besar. Omset yang diperoleh sangat besar setiap tahunnya dan menunjukkan pertumbuhan yang terus meningkat. Kini telah banyak yang menggunakan sistem franchise dalam mengembangkan usahanya. Sistem ini

dianggap menguntungkan karena manajemen dan tingkat *profitabilitas* perusahaan dapat stabil, sehingga bisa memberikan keuntungan timbal balik antara perusahaan induk dan perusahaan yang melakukan kerjasama dengan sistem *franchising*. Oleh karena banyaknya manfaat usaha *franchise*, maka pemilik Bakso Pak Atmo sempat mengutarakan niatnya kepada penulis pada 20 Maret 2011 untuk mengembangkan usahanya dengan cara *franchise* ke depannya, karena dengan franchise bisa mendapatkan peluang untuk memiliki bisnis cepat dan bagi wirausahaan pemula, waralaba merupakan model bisnis yang telah terbukti berhasil dan merupakan jalan yang paling aman untuk memulai bisnis (Zimmerer, 2008:261)

Dengan dilatarbelakangi oleh pengembangan bisnis yang akan dilakukan oleh pemilik dari Bakso Pak Atmo dimasa yang akan datang maka pemilik berencana mengembangkan bisnis nya dengan konsep franchising,oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan strategi untuk mendapatkan strategi yang tepat dan sesuai sebagai upaya untuk pengembangan usaha.Untuk membangun *franchisee* ada beberapa kriteria sebagai berikut yaitu memiliki ciri khas usaha,memiliki *Standard Operating Procedures (SOP)*,memiliki Hak Atas Kelayakan Intelektual (HAKI),duplikasi usaha yang mudah,memiliki pertumbuhan keuangan,membuat *supporting management*,membuat prospektus bisnis ,mempersiapkan kontrak *franchisee* ,mempersiapkan badan usaha. Melihat kondisi yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini diberi

judul “Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bakso Pak Atmo Dengan Mengadopsi Konsep *Business Format Franchising*”..

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Bakso Pak Atmo memenuhi kriteria untuk mengadopsi konsep *franchising*?
2. Berapakah rentang waktu bagi Bakso Pak Atmo untuk bisa mengadopsi konsep *franchising* dengan memenuhi kriteria yang ada?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian terhadap permasalahan di atas, bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah Bakso Pak Atmo memenuhi kriteria untuk mengadopsi konsep *franchising*.
2. Untuk mengetahui rentang waktu bagi Bakso Pak Atmo untuk bisa mengadopsi konsep *franchising* dengan memenuhi kriteria yang ada.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Kegunaan Akademis
Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengetahuan mengenai penerapan sistem pengembangan bisnis secara waralaba dalam bisnis keluarga, dan juga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi penulis serta pembaca yang tertarik akan masalah ini.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat penelitian bagi Bakso Pak Atmo adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai alternative dalam implementasi strategi hingga dapat meningkatkan *revenue* dan laba dalam waktu yang lebih cepat dengan cara penerapan bisnis *franchise* .

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam usulan skripsi ini, maka penulisan usulan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi , latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN. Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, teknik sampling, jenis data dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis dari data-data yang telah didapatkan dari wawancara dan konsultasi menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini akan menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran-saran kepada perusahaan.



xvii
Telkom
University

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil, sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Dari hasil wawancara mendalam in depth interview yang dilakukan penulis kepada perusahaan dapat disimpulkan bahwa kriteria franchise yang telah disebutkan, Bakso Pak Atmo telah memenuhi kriteria tersebut diantaranya:

1. Memiliki Ciri Khas Usaha berupa:

a.) Produk: Ciri khas Bakso Pak Atmo dibuat dengan bahan dasar dari daging sapi dan kualitas rasa sangat diutamakan. Selain itu baksonya tidak menggunakan bahan pengawet apapun di dalam bakso selain itu juga Bakso Pak Atmo menggunakan kuah bakso yang asli dari kaldu sapi, dan di dalam baksonya diisi dengan daging sapi di dalam bakso sehingga menjadikan banyak pilihan bakso, ada bakso isi dan bakso yang biasa.

b.) Pelayanan: Pada saat konsumen datang pelayan langsung memberikan salam, dan ditanyakan pesan

menu apa pelayanan langsung dengan frontliner, dan konsumen akan segera di layani dengan cepat.

c.) Distribusi: bakso Pak Atmo melakukan distribusi dengan sendiri.

d.) Penataan barang: Terdapat meja khusus aneka krupuk yang bisa di makan dengan bakso dengan tempat yang terpisah, dan selalu menampilkan bakso-bakso di gerobaknya untuk menarik perhatian konsumen atau pelanggan yang lewat.

2. Bakso Pak Atmo telah memiliki pertumbuhan keuangan seperti :

a. Menetapkan target penjualan setiap bulannya, dan setelah target ditetapkan biasanya disosialisasikan kepada karyawan untuk mencapai target itu

b. Menetapkan target kenaikan penjualan dengan memperhitungkan realita dilapangan

c. Membuat laporan keuangan yang rutin tetapi masih sederhana

3. Supporting Management

Bakso Pak Atmo telah memiliki analisis supporting manajemen seperti:

- a. *Pengendalian mutu: sudah mempunyai standar untuk melakukan pengendalian mutu dan ada bagian yang bertindak jadi quality control.*
 - b. *Pemasaran: pihak Bakso Pak Atmo pasti membantu dan membenahi sistem pemasaran franchisee.*
 - c. *Evaluasi bisnis mitra kerja: Bakso Pak Atmo akan melakukan evaluasi kepada kinerja supaya lebih optimal lagi.*
4. *Memiliki prospektus bisnis, legalitas usaha berupa surat izin usaha perdagangan, sertifikat, dll.*
5. *Duplikasi usaha*
- a. *Memiliki bentuk counter yang ringkas misalnya tidak ada ruangan yang kosong secara percuma, dan menggunakan peralatan yang simple misalnya kursi, kursi yang dipakai bentuk nya ramping dan mudah di angkat-angkat sehingga terlihat simple serta mudah untuk merawatnya.*
 - b. *Proses produksi kami termasuk singkat, jadi pagi kami membeli bahan baku. kemudian diproses dan setelah selesai bisa langsung disajikan untuk konsumen. dan untuk membuat pesanan konsumenpun pelayan selalu mengutamakan kecepatan*

- b. Dari hasil wawancara dengan bagian internal perusahaan dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat kekurangan serta kriteria yang belum terpenuhi. Oleh karena itu, dibutuhkan persiapan yang matang dan juga melakukan pembenahan di beberapa sisi sehingga perusahaan dapat mengadopsi konsep franchise dalam mengembangkan usahanya.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan berdasarkan kesimpulan di atas adalah sebagai berikut:

a. Bagi Praktis

1. Terdapat kriteria yang belum ada pada Bakso Pak Atmo, dan sebaiknya baik untuk periode sekarang maupun setelah menerapkan bisnis format franchising di antaranya seperti:
 - a. Memperbaiki sistem manajemen seperti manajemen sumber daya manusia misalnya dengan membuat seragam untuk pegawai dan memberikan pelatihan untuk pegawai baru.
 - b. Membuat SOP produksi, distribusi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

- c. Mendaftarkan atau membuat HAKI yang terdiri dari HAKI merek, HAKI dagang, HAKI hak cipta, HAKI paten, dan HAKI rahasia dagang, untuk keamanan perusahaan saat menjalankan usaha dengan format bisnis franchise
- d. Membuat laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi
- e. Membuat struktur organisasi yang jelas
- f. Merekrut market manager dengan tujuan untuk meningkatkan pemasaran serta membuat bimbingan operasional manajemen, melakukan transfer of knowledge, dan tim research and development
- g. Menambahkan prospektus bisnis yang belum dibuat, seperti identitas perusahaan, pembukuan sejarah, membuat laporan keuangan secara standar akuntansi, jumlah tempat usaha yang beroperasi, daftar mitra kerja, serta hak dan kewajiban untuk franchisor dan franchisee.
- h. Sebelum melakukan hubungan kerja dengan calon franchise sebaiknya membuat kontrak franchise seperti nama dan alamat franchisee dan franchisor

,jenis haki,kegiatan usaha, hak dan kewajiban franchisee dan franchisor ,supporting manajemen, wilayah usaha, tata cara pembayaran,kepemilikan,jangka waktu perjanjian, tata cara perpanjangan, penyelesaian sengketa

- i. Menjadikan Bakso Pak Atmo sebagai badan usaha.*



b. Bagi Akademis

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan yang tidak dapat dilakukan oleh penulis,salah satunya adalah metode pengumpulan data hanya menggunakan wawancara mendalam (In_depth interview) dan penelitian ini hanya membahas tentang criteria untuk business format franchising yang akan diterapkan oleh perusahaan.Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan metode lain seperti observasi langsung secara aktif (survey) agar data yang diperoleh lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Park, John L. Glascock**, (2010) The performance impact of strategic corporate real estate in franchise organizations. Retrieved from Emerald Database
Sumber:<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1463001x&volume=12&issue=2&articleid=1863923&show=abstract> (diunduh pada tanggal 25 April 2011)
- Andriani, Heidi**.(2009).*Analisis Strategi Franchise PT Sumber Alfaria Trijaya*.Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Parhayangan Bandung
- Artiatin, R.Sri**.(2009). *Formula Alternatif Strategi Pengembangan Bisnis PT. Best Stamp Indonesia dengan Menggunakan Business Format franchising* .Tesis Magister pada Institut Management Telkom
- Brian Duckett**.(2008). Format Bisnis Waralaba: Pilihan Strategis bagi Pertumbuhan Bisnis di Dalam dan Luar Negeri .Retrieved from Emerald Database
Sumber:<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0258-0543&volume=24&issue=2&articleid=1641977>
(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Cooper,Donald R. & Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis Volume 19 Ed*, Jakarta:PT Media Global Edukasi

Darwiyanto, Gregorius Dwipaska.(2008). Analisis Keputusan Usaha Waralaba Edam Burger Di Semarang. From Jurnal UNDIP.
Sumber : <http://eprints.undip.ac.id/14241/> (diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Ekotama, Suryono.(2008). *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, Cetakan Pertama, Yogyakarta :Medpress

Elizabeth.(2008). *Analisis Strategi Bersaing Gloria Jean's Coffee Shop*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Parhayangan Bandung.

Hakim,Lukman.(2008). *Info Lengkap Waralaba* ,Cetakan Pertama,Yoyakarta : Medpress

Ike Sylvia. (2003). Evaluasi strategi komunikasi pemasaran majalah wanita waralaba (franchise): Suatu studi kasus promotional mix pada majalah wanita Cosmopolitan dan Her World pada tahun 2003. from Jurnal FISIP UI
Sumber:<http://www.digilib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?i=78176>(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Kountur,Ronny. (2009).*Metode Penelitian*, Cetakan II, Jakarta:
Buana Printing

Karamoy,Amir(2009).*Franchise di Indonesia Dikuasai Ibu Rumah
Tangga*. [Online].http://www.majalahduit.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=106:franchise%20e-di-indonesia-dikuasai-ibu-rumah-tangga&catid=35:cat-franchise%20&Itemid=2 , (15 Maret 2011)

Madani.(2002). Studi banding sistem bisnis waralaba dengan sistem
bisnis tradisional pada P.T. Boogie Adventure
Indonesia.From Jurnal FISIP UI
Sumber:<http://www.digilib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=71701>(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Mulyadi, Hendra Purwaka, Tommy Hendra. (1995). Penerapan
Sistem Franchise pada CV Es Teler 77 sebagai
Franchisor.Retrieved from Jurnal Atmajaya
Sumber:<http://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=25636> (diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Natalia Setiawan,Vina.(2009).*Analisis Pengembangan Usaha
Kelompok Alfamart*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi
Universitas Parhayangan Bandung

Perdana, Dewi Octoria, Widodo, Yohanes Eko (2007). Analisa Perbandingan Penerapan Sistem Franchise (Studi Kasus Analisa Perbandingan Penerapan Sistem Franchise Es Teler 77 di Dalam dan Luar Negeri) Retrieved from Jurnal Atmajaya
Sumber:<http://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&srk&id=134135>(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Racha Hardiyani, Ayesha.(2007). *Strategi Pengembangan Bisnis CV.Amanda dengan Mengadopsi Konsep Waralaba*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Bisnis Telekomunikasi Dan Media STMB TELKOM Bandung.

Raharjo, Tri .(2008). *Franchise di Indonesia dan Pengertiannya* ,
[Online].<http://salamfranchise.com/2008/06/16/franchise-di-indonesia-dan-pengertiannya-2/>. [15 Maret 2011]

Raharjo, Tri .(2008). *Franchise 2008, Tumbuh Subur dengan Catatan!*. [Online].<http://salamfranchise.com/2008/06/16/franchise-di-indonesia-dan-pengertiannya-2/>. [15Maret 2011]

Redaksi Majalah Info Franchise.(2009).*The Guide to Franchising*,
London :Thomson Learning

Ryan.(2010). *Keuntungan Membeli Franchise yang Masih Baru.*
[Online].<http://bisnisdankeuangan.com/membelifranchise/keuntungan-membeli-franchise-yang-masih-baru>.
[15 Maret 2011]

Sekaran, Uma. (2006). *Research Methodes For Business*, Edisi Keempat, Jakarta : Salemba Empat

Stuart E. Jackson.(2008). *Making growth make sense for retail and franchise businesses.* Retrieved from Emerald Database
Sumber:<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0275-6668&volume=29&issue=3&articleid=1723054>
(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Sugiyono.(2007). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono.(2008). *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cetakan Keempat, Bandung : Alfabeta

Susanta, Rahmat P .(2009). *Pengertian Franchise dan Franchise di Indonesia* ,[Online]. <http://frommarketing.blogspot.com/2009/09/pengertian-franchise-dan-franchise-di.html>
[15 Maret2011]

Tunggal , Imam Sjahputra. (2005). *Franchising,Konsep,dan Kasus*
Jakarta : Harvarido

Yolanda,Victoria &Laura.(2011) . Determinants of firm size in
the franchise distribution system: Empirical evidence from
the Spanish market . Retrieved from Emerald Database
Sumber:[http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0309-0566&volume=45&issue=1/2&articleid=1905924)
[0309-0566&volume=45&issue=1/2&articleid=1905924](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0309-0566&volume=45&issue=1/2&articleid=1905924)
(diunduh pada tanggal 25 April 2011)

Zimmerer,T.,Scarborough.&Wilson.D.(2008).*Kewirausahaan dan*
Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.