

Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Waralaba

Adrefa Afla¹ Diajeng Putri² I Nyoman Agus³ Josua Bungaran⁴ Feti Fatonah⁵
Politeknik Penerbangan Indonesia Curug, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten,
Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: adhrefa.808@gmail.com¹ diajengpw0@gmail.com² 3191bhudipratama@gmail.com³
josuabuangan33@gmail.com⁴ feti_fatonah@yahoo.co.id⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan keberhasilan bisnis waralaba di Indonesia. Waralaba merupakan sistem kemitraan antara franchisor dan franchise yang memberikan peluang bagi pengusaha untuk menjalankan bisnis dengan merek dan sistem yang telah teruji. Namun, keberhasilan tidak hanya bergantung pada kepemilikan lisensi, tetapi juga pada faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor utama penentu keberhasilan meliputi kualitas merek, dukungan dan bimbingan franchisor, kemampuan manajerial, inovasi, pemahaman pasar, pengelolaan keuangan, serta komunikasi yang baik antara kedua pihak. Analisa SWOT diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan waralaba. Dengan pengelolaan yang strategis, kolaborasi yang solid, serta dukungan regulasi pemerintah, waralaba berpotensi menjadi model bisnis berkelanjutan yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja di Indonesia.

Kata Kunci: Waralaba, Franchisor, Franchisee, Keberhasilan Bisnis, Analisis SWOT

Abstract

This study aims to analyze the factors that determine the success of franchise businesses in Indonesia. A franchise is a partnership system between a franchisor and a franchisee that provides entrepreneurs the opportunity to operate a business under an established brand and proven system. However, success does not solely depend on owning a franchise license but also on various internal and external factors that influence business performance. The findings indicate that the main determinants of success include brand quality, franchisor support and guidance, managerial capability, innovation, market understanding, financial management, and effective communication between both parties. A SWOT analysis is employed to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in franchise development. With strategic management, solid collaboration, and supportive government regulations, franchising has the potential to become a sustainable business model that promotes economic growth and creates employment opportunities in Indonesia.

Keywords: Franchise, Franchisor, Franchisee, Business Success, SWOT Analysis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Waralaba (franchise) merupakan bentuk hubungan kontraktual antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee) dimana franchisor memberikan hak penggunaan merek dagang, sistem format bisnis tertentu dan berkewajiban menjaga kepentingan franchisee melalui dukungan berkelanjutan seperti pelatihan dan pengawasan operasional. Sebaliknya, franchisee menjalankan usaha dengan merek dan prosedur yang telah ditetapkan franchisor menggunakan modal dan sumber daya sendiri. (Dewi Astuti, 2005). Kemajuan ekonomi suatu negara tidak hanya ditentukan oleh kekayaan sumber daya alam, melainkan juga kualitas sumber daya manusia yang mampu mengoptimalkan potensi tersebut. Negara-negara seperti Jepang, Singapura, dan Taiwan menjadi contoh bahwa pertumbuhan ekonomi yang pesat dapat dicapai melalui penguatan kapasitas manusia, inovasi dan industrialisasi, bukan semata-mata bergantung pada sumber daya alam. (Zamhari et al., 2023)

Indonesia memiliki peluang besar untuk memperluas pasar melalui integrasi ekonomi regional, khususnya dengan terbentuknya ASEAN *Economic Community (AEC)*. Kondisi ini mendorong Indonesia untuk melakukan berbagai langkah strategis dalam memperkuat sektor ekonomi nasional. Dinamika AEC juga membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis modern di Tanah Air, dimana pola pikir masyarakat, kemajuan teknologi, dan gaya hidup mengalami transformasi yang pesat. Perubahan ini menurut pelaku usaha untuk berinovasi dan beradaptasi, sehingga muncul berbagai produk dan jasa dengan nilai tambah serta keunikan tersendiri. (Permana et al., 2022).

Persaingan bisnis di Indonesia kini menunjukkan pergeseran yang signifikan seiring dengan tumbuhnya waralaba lokal. Jika sebelumnya pasar domestik didominasi oleh merek global, kini justru merek-merek asli Indonesia seperti Kopi kenangan, Janji Jiwa, Sabana Fried Chicken, Apotek K-24, dan JNE menunjukkan ekspansi dan pertumbuhan yang pesat di berbagai sektor, membuktikan kemampuan mereka untuk bersaing dan menjadi tuan rumah di pasar sendiri. Namun, di balik keberhasilan ekspansi tersebut, terdapat tantangan nyata di lapangan. Anggapan bahwa membeli lisensi waralaba merupakan jaminan kesuksesan merupakan persepsi yang keliru. Dalam praktiknya, tidak sedikit franchisee yang menghadapi kendala operasional, kesulitan mencapai titik impas (*break-even point*), bahkan mengalami kegagalan usaha sebelum masa kontrak berakhir. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realitas dalam pengelolaan bisnis waralaba. Perkembangan teknologi digital, termasuk e-commerce dan media sosial, juga telah mengubah lanskap kewirausahaan secara signifikan. Wirausaha kini dapat menjangkau pasar global dengan biaya yang relatif rendah, memanfaatkan analitik data untuk strategi pemasaran, serta berinovasi lebih cepat dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Meski demikian, mereka tetap menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, tingginya Tingkat persaingan, rendahnya literasi manajerial, serta keharusan beradaptasi dengan teknologi dan preferensi pasar. Selain itu, tren global keberlanjutan dan ekonomi hijau menuntut pelaku usaha untuk menerapkan praktik ramah Lingkungan dalam model bisnis mereka, yang kerap membutuhkan Investasi awal cukup besar. (Agnisa & Hamamy, 2025)

Pemahaman terhadap berbagai faktor tersebut memiliki implikasi praktis yang penting. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi calon franchisee dalam mengambil keputusan investasi secara lebih bijak serta memperkuat strategi bagi franchisor lokal dalam memperkuat strategi dan dukungan terhadap mitra bisnis mereka. Bagi mahasiswa, masa perkuliahan merupakan fase penting untuk mengasah potensi kewirausahaan dengan risiko yang relatif rendah. Mahasiswa memiliki waktu yang fleksibel, energi yang tinggi, serta keberanian untuk mencoba hal baru, dimana pembentukan *life skill* dan *soft skill* menjadi bekal penting untuk menghadapi dunia kerja. Kebebasan berkreasi dan mengekspresikan ide menjadikan mahasiswa lebih terbuka terhadap inovasi dan tidak takut menghadapi kegagalan. (Faridatussalam et al., 2023) Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji lebih dalam faktor-faktor utama yang memengaruhi keberhasilan bisnis waralaba lokal di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Waralaba”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana faktor-faktor yang menentukan keberhasilan dari suatu *franchise*?
- b. Bagaimana analisis SWOT dalam perencanaan waralaba?

Kajian Pustaka

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian global yang berperan signifikan dalam menciptakan peluang bagi individu serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Izza, 2025). Pengetahuan kewirausahaan memiliki peran yang krusial dalam membentuk kesiapan individu untuk terjun ke dunia wirausaha. Pemahaman terhadap konsep-konsep kewirausahaan memungkinkan masyarakat untuk mengidentifikasi peluang bisnis, meminimalkan tingkat ketidakpastian, serta meningkatkan kompetensi dalam manajemen risiko dan perencanaan usaha (Cera et al., 2020).

Franchise

Franchise merupakan suatu sistem pengembangan usaha yang dilakukan dengan memanfaatkan nama, merek dagang, produk, serta bahan dari bisnis yang telah memiliki reputasi dan sistem operasional yang terbukti (Nugroho & Kusumasari, 2022). Model bisnis ini memberikan peluang bagi perusahaan yang telah mapan untuk melakukan ekspansi secara geografis, sekaligus memberikan kesempatan bagi wirausahawan pemula untuk memulai usaha dengan dukungan konsep dan standar operasional yang telah teruji (Erceg et al., 2021). Terdapat tiga kategori utama dalam sistem franchise. Pertama, product franchising, yaitu jenis waralaba di mana franchisee memperoleh lisensi dari franchisor untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh pihak franchisor. Kedua, manufacturing franchising, yaitu bentuk waralaba di mana franchisor memberikan hak, pengetahuan, serta prosedur produksi kepada franchisee, sehingga produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan standar dan merek dagang yang sama seperti milik franchisor. Ketiga, business format franchising, yakni model waralaba di mana franchisee menjalankan seluruh kegiatan bisnis menggunakan nama, sistem operasional, dan standar manajemen yang telah ditetapkan oleh franchisor (Nasrullah, 2021).

Faktor – faktor Penentu Keberhasilan

1. Modal Usaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai modal pokok untuk berdagang, menjual, dan sebagainya; aset (uang, barang, dll.) yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang meningkatkan kekayaan.” Modal dalam konteks ini dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan bisnis. Banyak orang berasumsi bahwa modal bukanlah segalanya dalam sebuah bisnis. Namun, penting untuk memahami bahwa uang sangat vital bagi sebuah bisnis. Masalahnya di sini bukanlah pentingnya modal, karena keberadaannya memang krusial, melainkan bagaimana mengelola modal secara optimal agar bisnis dapat berjalan lancar. (Setiyawan, 2013)
2. Pendidikan. Menurut edisi 2002 Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), halaman 232, “pendidikan adalah proses mengubah sikap dan perilaku seseorang atau kelompok orang dalam upaya untuk menjadikan mereka dewasa melalui pengajaran dan pelatihan.” Dapat disimpulkan bahwa pendidikan merupakan upaya sadar untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan melalui pembelajaran. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula keahlian atau keterampilannya. Dari sudut pandang produktivitas kerja, pendidikan dan penghasilan saling berkaitan erat.
3. Pengalaman. Lamanya seorang pebisnis berkecimpung dalam bisnis akan memengaruhi keterampilan profesionalnya. Semakin lama mereka berkecimpung dalam bisnis perdagangan, semakin banyak pula pengalaman (pengetahuan) yang mereka peroleh tentang selera dan perilaku konsumen. Keterampilan berdagang akan meningkat, dan mereka akan mampu membangun lebih banyak hubungan bisnis dan pelanggan (Asmie

2008). Asmie, P. (2008). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta. *Jurnal NeO-Bis*, 2(2), 197-210.

4. Usia. Usia merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kemampuan individu untuk bekerja dan berproduktivitas. Menurut Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia (Edisi Kedua, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), usia memiliki keterkaitan erat dengan tingkat tanggung jawab seseorang dalam angkatan kerja. Seiring bertambahnya usia, proporsi penduduk yang masih menempuh pendidikan cenderung menurun, sehingga tingkat partisipasi angkatan kerja pada kelompok usia dewasa relatif lebih tinggi dibandingkan kelompok usia muda. Dengan meningkatnya usia seseorang, potensi kontribusinya terhadap pasokan tenaga kerja juga cenderung meningkat. Namun demikian, meskipun masih tergolong dalam usia produktif, individu dengan usia yang lebih tua umumnya menghadapi tanggung jawab keluarga yang lebih besar.

Hasyim (2006) dalam penelitiannya berjudul Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Saribu Kecamatan Pagaran Kabupaten Tapanuli Utara) menyatakan bahwa usia dapat dijadikan sebagai indikator dalam menilai tingkat aktivitas kerja seseorang. Individu yang berada pada rentang usia produktif umumnya memiliki kemampuan kerja yang lebih baik dan mampu menunjukkan kinerja yang optimal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor penentu keberhasilan perencanaan bisnis waralaba

Untuk memahami keberhasilan franchising sebagai model bisnis, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan sebuah franchise. Pertama-tama, kualitas merek dan konsep bisnis yang disediakan oleh franchisor memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan franchise tersebut. (Aprilia et al., 2023). Merek yang sudah terkenal dan memiliki reputasi solid akan lebih mudah diterima oleh pasar, sedangkan konsep bisnis yang inovatif dan menarik akan membuat waralaba itu berbeda dari pesaingnya. Selain itu, dukungan dan panduan yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee juga merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan franchise tersebut. (Pamungkas & Magnadi, 2014). Latihan menyeluruh, petunjuk operasi terperinci, bantuan promosi yang efisien membantu pemegang waralaba untuk memulai dan menjalankan bisnis secara efektif. Hal tersebut juga krusial untuk mempertahankan keseragaman merek dan kualitas layanan di jaringan waralaba.

Faktor internal seperti manajemen yang efisien dan kualitas layanan juga memainkan peran penting dalam keberhasilan sebuah franchise. (Mozin et al., 2025). Manajemen yang efektif akan membantu pemegang waralaba dalam mengatur sumber daya mereka secara efisien, sedangkan penyediaan layanan tinggi mutu akan memberikan kepuasan konsumen dan membangun kesetiaan terhadap *franchise*. Sebaliknya, faktor luar seperti situasi pasar, persaingan, dan peraturan juga bisa memengaruhi kesuksesan *franchise*. Memahami pasar setempat, kebutuhan pelanggan, perkembangan industri adalah hal krusial bagi pemegang waralaba untuk menyesuaikan taktik mereka dengan kondisi bisnis yang dinamis. Selain itu, inovasi juga merupakan faktor krusial dalam menjaga daya saing franchise. Pemberi franchise yang mampu berinovasi dalam produk, layanan, atau proses bisnis mereka dapat menarik pelanggan baru serta mempertahankan yang sudah ada. Inovasi juga memungkinkan franchise untuk tetap relevan di pasar yang terus berkembang dan berubah.

Aspek keuangan tidak boleh diabaikan dalam menentukan keberhasilan sebuah franchise. Modal yang memadai untuk memulai dan menjalankan bisnis, serta kemampuan mengatur arus kas secara bijak, sangat krusial untuk menjaga kelangsungan operasional franchise. Akhirnya,

komunikasi yang efektif antara pemberi franchise dan penerima franchise juga merupakan elemen penting dalam keberhasilan franchise. Kerja sama yang kokoh dan saling pengertian di antara kedua belah pihak akan membantu mengatasi tantangan serta memanfaatkan peluang untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan memperhatikan semua aspek ini, pemberi franchise dan penerima franchise dapat meningkatkan peluang kesuksesan franchise mereka. Melalui pemahaman mendalam terhadap dinamika bisnis franchise dan kesediaan untuk beradaptasi dengan perubahan, franchising dapat berkembang menjadi model bisnis yang sukses dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.(Pamungkas & Magnadi, 2014)

Analisis SWOT dalam perencanaan waralaba

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat penting dalam mengembangkan bisnis franchise.(Sundari et al., 2022) Model bisnis franchise menawarkan merek yang sudah mapan di pasar, yang bisa menjadi daya tarik bagi calon penerima franchise. Dengan merek yang kuat, franchise memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan bisnis yang baru memulai dari nol. Selain itu, bantuan operasional dan pelatihan yang diberikan oleh pemberi franchise juga menjadi kekuatan utama, membantu penerima franchise untuk memulai dan menjalankan bisnis mereka dengan lebih efisien. (Latifah, 2022). Namun, di sisi lain, terdapat kelemahan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan bisnis franchise. Salah satunya adalah ketergantungan penerima franchise terhadap keputusan dan strategi pemberi franchise(Latifah, 2022). Kadang-kadang, kurangnya kreativitas dan fleksibilitas dalam mengelola bisnis dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan bagi penerima franchise. Selain itu, biaya awal yang tinggi serta biaya royalti berkala juga bisa menjadi hambatan bagi calon penerima franchise dengan modal terbatas. Namun, terdapat pula ancaman yang harus diwaspadai dalam pengembangan bisnis franchise. Salah satunya adalah persaingan yang semakin sengit dari pendatang baru di pasar atau dari model bisnis alternatif seperti bisnis online. Dengan memahami analisis SWOT ini, pemberi waralaba dapat menentukan langkah-langkah sesuai untuk mengembangkan bisnis *franchise* mereka. Ini mencakup penguatan kekuatan yang dimiliki, penanganan kekurangan yang ditemukan, pemanfaatan kesempatan yang tersedia, dan pengurangan risiko dari ancaman yang mungkin timbul. Dengan analisa yang menyeluruh dan strategis, pengembangan bisnis waralaba dapat dilakukan secara lestari juga mendapatkan keunggulan persaingan.

KESIMPULAN

Franchise memberikan keuntungan seperti dukungan *franchisor*, merek populer, kelenturan operasional, dan pertumbuhan cepat. Untuk sukses, perlunya analisa SWOT yang mencakup kekuatan merek, dukungan, peluang ekspansi, serta ancaman persaingan dan regulasi. Faktor keberhasilan meliputi mutu merek, bimbingan franchisor, manajemen efektif, pemahaman pasar, visioner, finansial, juga komunikasi baik. Regulasi pemerintah krusial untuk iklim bisnis mendukung, insentif pajak, dan pendidikan. Kesuksesan juga tergantung ekonomi stabil, konsumsi domestik, dan tenaga kerja kompeten. Pertumbuhan waralaba berdampak positif pada lapangan kerja, ekonomi, inovasi, tapi perlu mitigasi efek negatif lingkungan dan sosial-budaya. Secara keseluruhan, dengan perhatian holistik, waralaba dapat lestari, berkontribusi pada pembangunan Indonesia, dan dorong pertumbuhan inklusif melalui kolaborasi pemerintah, industri, dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Agnesia, U. D., & Hamamy, F. (2025). Wirausah : Kunci Sukses Di Era Modern. 4, 8047–8053.

- Aprilia, R., Marshanda Ramadhani, A., Labibah, B., Farida Adi Prawira, I., & Artikel, I. (2023). Oikos-Nomos Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Keunggulan Dan Strategi Model Bisnis Mixue. *Oikos-Nomos Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2). <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/ONM/index>
- Cera, G., Mlouk, A., Cera, E., & Shumeli, A. (2020). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention. A quasi-experimental research design. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 39–56. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03>
- Dewi Astuti. (2005). Kajian Bisnis Franchise Makanan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), pp.83-98.
- Faridatussalam, S. R., Abid, A. H., & Hasan, N. (2023). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kalangan Anak Muda Melalui Program Wirausaha Merdeka. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 74–80. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i1.117>
- Izza, M. (2025). Kewirausahaan Di Era Digital Milenial. PT Masda Creative Publishing.
- Latifah, F. N. (2022). Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(December 2021), 1–14.
- Mozin, S. Y., Arkani, S., & Labasir, S. N. (2025). Pelayanan Publik dalam Perspektif Administrasi : Prinsip. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4, 198–2017. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/profit>
- Pamungkas, R., & Magnadi, R. H. (2014). Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Pada Pemegang Usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 3(1), 1–14.
- Permana, I., Afandi, D. R., & Ramadhan, A. (2022). Analisis Faktor Keberhasilan Usaha Waralaba Fried Chicke di Cikarang Utara. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 83–92. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v3i01.210>
- Setiyawan. (2013). Pengantar Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–23.
- Sundari, S., Eko Riadi, Alexandro, R., Fendy Hariatama, & Merisa Oktaria. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba. *Edunomics Journal*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3871>
- Zamhari, A., Rasyiqqa, D., Yahya, M., Daniyasti, N., & Fitriani, A. (2023). Volume 2 Nomor 6 Juni 2023 Peran Kewirausahaan Di Era Globalisasi Dalam Memajukan. 2, 953–962.