

Peran Waralaba Terhadap Bisnis Alternatif UMKM Es Teh Jumbo

by Emalia Yunika

Submission date: 09-Jul-2024 08:14PM (UTC+0700)

Submission ID: 2414261330

File name: MAESWARA_Vol_2_no_4_Agustus_2024_hal_87-94.pdf (870.45K)

Word count: 2618

Character count: 16577



Peran Waralaba Terhadap Bisnis Alternatif UMKM Es Teh Jumbo

Emalia Yunika¹, Rusnandari Retno Cahyani²

^{1,2}Prodi Psikologi Fakultas Sosial Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta,
Indonesia

Korespondensi penulis: emaliayunika@gmail.com

Abstract. *With the current situation and conditions where employment is very difficult, it is suitable for many people to become entrepreneurs in the business world. The purpose of this research in order to formulate the question is to find out the analysis of franchising other tea companies. In this article, the researcher uses the literature study method by collecting literature (material materials) sourced from books, journals, and other sources related to the science of franchising and umkm iced tea.jumbo tea application system is any level of ordinary business management called a company / institution When you enter this business, one must go through a long process that must be followed and implemented or Details (SOP / Standard Operating Procedure). The franchise agreement has specific provisions that must be contained and regulated in the franchise agreement. One of the important clauses in the franchise agreement concerns confidentiality.*

Keywords: Franchise, UMKM Jumbo Ice Tea, Business.

Abstrak. Dengan situasi dan kondisi saat ini dimana lapangan kerja sangat sulit, sangat cocok bagi banyak orang untuk menjadi wirausaha di dunia usaha. Tujuan penelitian ini dalam rangka merumuskan pertanyaan adalah untuk mengetahui analisis waralaba perusahaan teh lainnya. Pada artikel ini, peneliti menggunakan metode studi literatur dengan cara mengumpulkan literatur (bahan-bahan materi) yang bersumber dari buku, jurnal, dan sumber lainnya terkait ilmu tentang wiralaba dan umkm es teh. Sistem aplikasi teh jumbo adalah setiap tingkat manajemen bisnis biasa yang disebut perusahaan/lembaga Ketika Anda memasuki bisnis ini, seseorang harus melalui proses panjang yang harus diikuti dan dilaksanakan atau Rincian (SOP/Standar Operasional Prosedur). Perjanjian waralaba mempunyai ketentuan-ketentuan khusus yang harus dimuat dan diatur dalam perjanjian waralaba. Salah satu klausul penting dalam perjanjian waralaba menyangkut kerahasiaan.

Kata kunci: Franchise, UMKM Es Teh Jumbo, Bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Dengan situasi dan kondisi saat ini dimana lapangan kerja sangat sulit, sangat cocok bagi banyak orang untuk menjadi wirausaha di dunia usaha. Rintangan terbesarnya adalah pendanaan, dan ada anggapan bahwa untuk menjadi wirausaha Anda memerlukan “banyak” uang. Hal ini sebenarnya dibantah oleh banyak pakar wirausaha. Mereka mengatakan bahwa pilihan untuk memulai usaha sangat beragam, dan banyak usaha yang tidak memerlukan modal besar, seperti mendirikan warung makan, mendirikan warung rokok, berjualan pisang goreng, menjual roti panggang, dll. Namun, banyak pencari kerja, terutama lulusan sarjana, kurang tertarik pada bisnis dengan omzet yang kecil, karena mereka menganggap bisnis tersebut memiliki reputasi yang buruk.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat pengangguran di negara kita sudah menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, namun masih sangat tinggi. Salah satu caranya adalah dengan mendorong pengembangan usaha kecil dan menengah di seluruh

Indonesia. Bagi yang ingin memulai usaha (*start a business*) sekarang, salah satu pilihannya adalah waralaba. Secara historis, waralaba didominasi oleh waralaba makanan (restoran) dan juga waralaba luar negeri. Waralaba sekarang sangat beragam seperti, salon, internet, sepatu, pengiriman ekspres, Pendidikan, dan waralaba luar negeri. Hal ini mulai diimbangi oleh waralaba lokal. Tak heran jika semakin banyak brand franchise local yang bermunculan.

Perusahaan waralaba sudah lama disebut franchise di negara-negara Eropa. Kata waralaba berasal dari bahasa perancis dan berarti kebebasan, atau lebih tepatnya kebebasan dari suatu rintangan. Dunia waralaba, yang dimaksud dengan kebebasan bagi seorang wirausahawan untuk menjalankan usaha tertentu di lokasi tertentu. Waralaba adalah suatu cara membuat dan menyalurkan barang ataupun jasa untuk konsumen menurut standar yang memanfaatkan kesamaan nama perusahaan, merek, sistem produksi, cara pengemasan, penyajian, serta prosedur distribusi.

Saat ini bisnis minuman sudah menjadi sebuah franchise yang dapat dijadikan sebuah bisnis oleh calon pewaralaba karena merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Berbagai perusahaan minuman bisa kita pilih, salah satunya adalah teh. Teh merupakan minuman favorit masyarakat Indonesia karena ketersediaannya yang mudah dan harga bahan baku yang murah membuat calon pewaralaba mempertimbangkan untuk membeli waralaba industri teh.

Teh merupakan minuman favorit hampir semua usia karena memiliki manfaat kesehatan serta efek revitalisasi (Friskilla dan Rahmawati, 2018). Teh sudah menjadi kebiasaan hidup setiap orang (Choesrani, 2020), kebiasaan minum teh biasanya dilakukan sebelum beraktivitas di pagi hari atau saat kumpul keluarga di sore hari (Mariani dan Rejamardika, 2013)

Tradisi ini telah menjadi tradisi di berbagai wilayah Indonesia, seperti budaya Patehan di Yogyakarta, Nyanaut di Garut, dan budaya Nyahi di Betawi (Setyaningrum, 2022). Informasi tersebut berasal dari kantor pusat di Indonesia, di mana mereka menyediakan berbagai macam minuman teh dengan merek, model, rasa, dan cara distribusi yang berbeda. Tujuan penelitian ini dalam rangka merumuskan pertanyaan adalah untuk mengetahui analisis waralaba perusahaan teh lainnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Waralaba

Menurut Blake & Associates (Blake, 1996), kata waralaba berasal dari kata Perancis Kuno yang berarti gratis. Pada Abad Pertengahan, istilah didefinisikan hak atau kebebasan mendasar (Sewu, 2004, hal. 15). Menurut King (1993: 4-5), waralaba adalah pemberian izin

oleh pemilik **usaha** (franchisor) kepada orang yang membeli merek (franchisee) untuk melakukan usaha atas nama usaha franchisor, dalam lingkup suatu kontrak. dan perjanjian sewa pembayaran.

Menurut Winarto (1995, hal. 19) Waralaba merupakan sebuah **kemitraan** antara perusahaan yang kuat, sukses dengan para pengusaha yang masih baru atau yang tidak diunggulkan dalam dunia bisnis, yang bertujuan untuk saling menguntungkan terutama dalam menyediakan barang dan jasa kepada konsumen. Waralaba adalah hak untuk menjual produk atau jasa. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah kontrak yang memberikan hak kepada salah satu pihak diberikan hak untuk menggunakan atau mengeksploitasi kumpulan hak kekayaan intelektual (HAKI) atau kekayaan industri milik pihak lain. Pesta berbasis hadiah sesuai dengan syarat yang ditetapkan oleh pihak lain. Hal ini berkaitan dengan penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa (Ekotama 2008).

Indonesia memperkenalkan sistem waralaba pada tahun 1950an. Perkembangan kedua adalah program pembelian lisensi tambahan yang dimulai pada tahun 1970an, dimana pewartalaba tidak hanya menjadi distributor tetapi juga mempunyai hak untuk memproduksi produk. Syarat terpenting yang harus dipenuhi suatu daerah agar perusahaan waralaba cepat berkembang adalah memastikan kepatuhan hukum para pewartalaba dan pemilik waralaba. Oleh karena itu, kami melihat waralaba berkembang pesat di negara-negara dengan hukum yang jelas, seperti Amerika Serikat dan Jepang.

Bisnis

Secara umum bisnis tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pembuatan, membeli, menjual atau menukarkan barang atau jasa yang melibatkan perorangan atau badan usaha. Kegiatan usaha pada umumnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan untuk kelangsungan hidup dan menabung cukup banyak uang untuk mempertahankan usaha pengusaha atau pemilik tunggal.

Dalam kewirausahaan, **bisnis** adalah organisasi yang menjual barang dan jasa kepada konsumen atau bisnis lain untuk mendapatkan keuntungan. Secara historis, kata kerja berasal dari kata kerja dalam bahasa Inggris, yang berasal dari kata dasar "occupied", yang mengacu pada seseorang, organisasi, atau situasi sosial.

Sederhananya, usaha dan segala kegiatan yang terorganisir dilakukan oleh satu orang atau lebih yang mencari keuntungan melalui penyediaan barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Namun tujuan utama seorang pengusaha adalah memperoleh keuntungan. Di Indonesia sepertinya ada tujuan lain yang bisa ditambah dengan tujuan di atas yaitu beribadah, karena masyarakat Indonesia mempunyai agama atau pemikiran keagamaan yang kuat.

UMKM Es Teh

Usaha kecil dan menengah (UKM) berkembang pesat di Indonesia. Pengecer sering kali menjual berbagai produk. Usaha kecil dan menengah (UKM) juga menjadi langkah penting dalam menunjang perekonomian Indonesia karena membantu perekonomian masyarakat. Saat ini bisnis franchise sangat digandrungi masyarakat, terutama di kalangan milenial. Jenis usaha yang paling banyak digemari di Indonesia adalah makanan dan minuman, khususnya teh dan kopi.

Hal ini terlihat dimana teh hijau yang semula hanya memiliki satu rasa saja namun kini telah diadaptasi menjadi banyak rasa yang berbeda. Berikutnya adalah perusahaan teh waralaba. Akses terhadap fitur-fitur ini memberikan peluang bagi kaum milenial untuk membuka bisnis teh di mana mereka dapat menikmati beragam rasa. Salah satunya es teh jumbo. Teh merupakan salah satu jenis minuman yang biasa dicampur dengan es batu panas atau dingin. Teh merupakan minuman yang paling digemari masyarakat Indonesia karena rasanya yang menyegarkan. Kini banyak tempat yang menawarkan berbagai jenis teh, seperti teh vanilla, teh coklat, dan masih banyak lagi.

Es teh adalah minuman teh yang disajikan dingin dengan es batu. Karena cuaca yang panas, minuman yang paling banyak dikonsumsi pada siang hari adalah es teh. Es teh merupakan minuman utama yang sering disajikan di banyak restoran di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Karya tulis ilmiah ini dibuat dengan menggunakan metode dan prosedur yang sistematis untuk memudahkan penelitian. Dalam artikel ini, peneliti menggunakan metode penelitian literatur yaitu mengumpulkan literatur (bahan) dari buku, majalah, dan sumber lain yang berkaitan dengan ilmu kewirausahaan es teh dan usaha kecil.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Waralaba pada prinsipnya merupakan suatu bentuk perizinan, namun sedikit berbeda dengan pengertian perizinan pada umumnya. Waralaba menekankan tanggung jawab untuk hanya menggunakan sistem, metode, proses, pemasaran dan penjualan serta aspek-aspek lain yang ditentukan oleh pemberi waralaba dan tidak boleh dilanggar atau diabaikan oleh penerima lisensi. Akibatnya, waralaba cenderung eksklusif; Artinya penerima waralaba atau pihak tidak boleh melakukan kegiatan lain, baik yang serupa maupun yang berbeda, di bidang yang dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diterima dari pemberi waralaba.

Kebanyakan UMKM pewaralaba Teh Jumbo memiliki usaha sendiri. Bermodalkan 10 jutaan, hampir semuanya berhasil mendirikan bisnis teh Jumbo dan menjadikannya salah satu minuman terpopuler di kalangan pelanggan setianya. Keuntungan dari waralaba Teh Jumbo adalah model bisnis yang memberi Anda kepemilikan penuh atas keuntungan yang diperoleh. Karena tidak ada pembagian keuntungan, mereka memiliki kendali penuh atas hasil perdagangan dan dapat mengelola keuntungansesuai dengan kebijakan dan strategi mereka sendiri. Area aksi di dalam.

Perusahaan UMKM dengan franchise es teh jumbo ini memiliki kisah menarik yang bermula dari perjuangan anak-anaknya dan kini didukung oleh dedikasi penuh dari pasangan tersebut. Dengan keahlian dan pengalamannya, mereka berhasil melestarikan keindahan dan keunikan teko ini. Kesuksesan perusahaan tidak hanya mencerminkan produknya yang lezat namun juga dedikasi keluarga yang membuat Jumbo Tea berkembang pesat. Sistem teh jumbo adalah setiap tingkat manajemen bisnis biasa yang disebut perusahaan atau lembaga. Ketika Anda memasuki bisnis ini, Anda harus melalui proses panjang yang harus diikuti dan dilaksanakan. Rincian (SOP/Standar Operasional Prosedur) yang harus diikuti adalah sebagai berikut:

- a) Sebelum mengadakan perjanjian waralaba, pengecer es teh jumbo harus menyediakan prospectus. Prospektus dan prospektus yang disediakan oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba. Perlu memberikan dokumentasi untuk penerima waralaba. Prospektus memuat informasi mengenai kegiatan waralaba yang akan dilakukan. Informasi yang terdapat dalam perjanjian waralaba antara lain:
 - 1) Informasi pribadi pemilik kedai teh dan penerima waralaba yang menandatangani dan mencap kertas 6000.
 - 2) Pasokan unit usaha, termasuk pasar sarasannya.
 - 3) Ada biaya-biaya, termasuk persyaratan memulai usaha waralaba.
 - 4) Pemberian biaya waralaba, dimana biaya waralaba meliputi biaya pelatihan dan pembelian peralatan.
 - 5) Jangka waktu kontrak adalah jangka waktu yang diberikan kepada franchisor untuk menggunakan merek Es Teh Jumbo.
- b) Tahap selanjutnya adalah pemeriksaan langsung terhadap fasilitas yang akan digunakan sebagai Perusahaan Teh Jumbo. Persyaratan waralaba antara lain lokasi yang baik untuk memulai usaha dan berada di tengah masyarakat yang sibuk, mudah dijangkau dan tidak terlalu jauh. Manajemen Teh Jumbo tidak melakukan kegiatan yang akan menyediakan lapangan kerja.

- c) Tahap selanjutnya setelah Prospektus diterbitkan dan calon Penerima Waralaba menerima Prospektus adalah Perjanjian waralaba dibuat antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Perjanjian waralaba mempunyai hak dan kewajiban yang harus disepakati oleh kedua belah pihak.
1. Penerima waralaba wajib membeli bahan baku secara langsung, misalnya serbuk the, bubuk rasa dalam es atau cup panas. Hal ini diperlukan agar cita rasa minuman yang diproduksi di seluruh cabang Es Teh Jumbo tetap konsisten.
 2. Penerima waralaba wajib menjaga kualitas dan reputasi (brand image) pemberi waralaba.
 3. Penerima waralaba wajib mengikuti standar operasional prosedur (SOP) dan spesifikasi yang ditetapkan oleh manajemen.
 4. Manajemen Es Teh Jumbo wajib memberikan nasihat kepada pewaralaba mengenai usaha yang dikelola (operasional, administratif, dan keuangan) serta memberikan pedoman pelaksanaan usaha yang dilaksanakan dan disetujui oleh pewaralaba.
- d) Langkah selanjutnya adalah segera mengecek dimana lokasi perusahaan Es Teh Jumbo berada. Syaratnya sebuah waralaba haruslah tempat yang cocok untuk memulai usaha, berada di tengah masyarakat yang sibuk, mudah dijangkau dan tidak berada di lokasi terpencil. Manajemen Jumbo Ice Tea tidak ikut campur dalam urusan tempat kerja.
- e) Langkah terakhir sebelum menutup usaha adalah memberikan pelatihan kepada manajemen Es Teh Jumbo untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan pewaralaba beroperasi sesuai dengan standar proses pengelolaan Teh Jumbo. Jika sebelumnya Jumbo Tea melakukan penjualan normal tanpa menggunakan sistem waralaba, kini mulai bekerja dengan sistem waralaba. Namun setelah mereka mulai menggunakan sistem franchise dan bekerja sama dengan para pengusaha untuk menjalankan bisnis ini, brand Jumbo Ice Tea berkembang pesat. Para pewaralaba yang berminat wajib membayar Biaya Waralaba kepada pengelola Es Teh Jumbo.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan atas pembahasan yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan atas semua paparan yang telah dijelaskan peneliti :

- a. Perjanjian waralaba memuat ketentuan-ketentuan khusus yang wajib dicantumkan dan diatur dalam perjanjian waralaba. Penetapan ketentuan-ketentuan minimal yang harus dicantumkan dalam suatu perjanjian waralaba akan menjamin bahwa perjanjian

tersebut jelas dan para pihak dalam perjanjian, yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba, mengetahui apa saja yang diatur serta apa saja hak dan kewajibannya . mereka bisa. Selain itu, Anda dapat meminimalkan masalah di masa depan.

- b. Salah satu klausul penting dalam perjanjian waralaba menyangkut kerahasiaan. Fitur Kerahasiaan berguna ketika Anda mengharuskan para pihak, terutama franchisor, untuk melindungi seluruh informasi selama perjanjian waralaba agar informasi sensitif tidak diungkapkan kepada publik atau pihak ketiga.

21
Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran sesuai dengan rumusan masalah.

- a. Orang perseorangan atau calon penerima waralaba yang mengadakan perjanjian waralaba harus melakukannya dengan itikad baik. Penerima waralaba harus memahami perjanjian waralaba untuk menghindari kesalahpahaman antara pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- b. Hendaknya dalam suatu pencantuman ketentuan kerahasiaan, para pihak tidak hanya mencantumkan mengenai yang umum-umum saja.

DAFTAR REFERENSI

- Andini, D. P. (2013). Studi kelayakan usaha waralaba warung "Pangestu" di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 13(2).
- Azmi, M. (2013). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Memilih Usaha Waralaba Makanan Menggunakan Metode TOPSIS. *Elektron: Jurnal Ilmiah*, 5(2), 61-68.
- Ekotama, Suryono. (2008). Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise. Media Pressindo.
- Firdawaty, L. (2011). Perjanjian waralaba menurut hukum Islam. *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Juwono, O. (2012). Analisis manajemen strategik perusahaan waralaba (franchise): Studi kasus di restoran cepat saji McDonald's. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(1).
- Khairandi, R. (2000). Perjanjian franchise sebagai sarana alih teknologi dalam Kapita Selekt Hak Kekayaan Intelektual I. Yayasan Klinik HAKI Jakarta kerjasama dengan Pusat Studi Hukum Jakarta.
- Mudjiasih, E. (2010). Penggunaan kekuatan dalam mengendalikan bisnis waralaba ritel. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17(2).
- Raisawati, T., Susilo, E., & Handayani, S. (2013). Kajian waralaba bibit kelapa sawit di Bengkulu. *Jurnal Agroqua: Media Informasi Agronomi dan Budidaya Perairan*, 11(1), 46-51.

- Rusno, R. (2008). Dampak pesatnya mini market waralaba terhadap usaha kecil (jenis ritel). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(3), 194-207.
- Situmorang, J. R. (2013). Beberapa bentuk hubungan antara franchisor (pewaralaba) dan franchisee (terwaralaba) dalam sistem franchise (waralaba). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (franchise) di Indonesia. *Lex Jurnalica*, 8(2), 18075.
- Suryawarman, K., & Widhiyani, S. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sistem informasi akuntansi pada restoran waralaba asing di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 2(1), 1-23.
- Vaughn, C. L. (1974). *Franchising: Its nature, scope, advantages, and development*. DC Heath & Co.

Peran Waralaba Terhadap Bisnis Alternatif UMKM Es Teh Jumbo

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.arimbi.or.id Internet Source	3%
2	mfr.osf.io Internet Source	2%
3	windaranimy.blogspot.com Internet Source	1%
4	files.osf.io Internet Source	1%
5	www.gramedia.com Internet Source	1%
6	asyifafzh.blogspot.com Internet Source	1%
7	dedektoruz.blogspot.com Internet Source	1%
8	journal.unpar.ac.id Internet Source	1%
9	www.slideshare.net Internet Source	1%

10	www.researchgate.net Internet Source	1 %
11	journal.amikveteran.ac.id Internet Source	1 %
12	acikerisim.karatay.edu.tr:8080 Internet Source	<1 %
13	id.wikipedia.org Internet Source	<1 %
14	ejurnal.ubharajaya.ac.id Internet Source	<1 %
15	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
16	ayudwie.wordpress.com Internet Source	<1 %
17	es.scribd.com Internet Source	<1 %
18	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
19	khafidsociality.blogspot.com Internet Source	<1 %
20	media.neliti.com Internet Source	<1 %
21	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %

22 www.honestdocs.id <1 %
Internet Source

23 www.idxchannel.com <1 %
Internet Source

24 www.infotanamanbuah.com <1 %
Internet Source

25 www.wartanusantara.com <1 %
Internet Source

26 carapedia.com <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Peran Waralaba Terhadap Bisnis Alternatif UMKM Es Teh Jumbo

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
