

ABSTRAK

Dunia bisnis kini mulai disemarakkan dengan hadirnya bisnis *franchise*. Bisnis ini dianggap cukup menguntungkan oleh beberapa kalangan, karena dengan mendirikan bisnis *franchise* ini berarti tidak perlu lagi memulai usaha dari nol. Hal ini karena para *franchisee* tinggal meneruskan nama baik dari *franchisor*-nya yang sudah ada.

Namun tidak bisa dipungkiri bukan hanya saja kesuksesan yang muncul dari bisnis ini. Beberapa orang gagal bermitra dengan *franchisor*-nya. Salah satu sebab yang terbesar ialah kurang adanya komunikasi yang efektif antara kedua pihak. Oleh karena itu komunikasi dirasa merupakan faktor utama agar *franchise* tersebut tetap dapat bertahan.

Salah satu bentuk komunikasi dari pihak *franchisor* ialah dengan membuat suatu perencanaan dan pengendalian yang terkait dengan para *franchisee* yang ada di bawahnya. Bentuk perencanaan dan pengendalian ini bermacam-macam sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang terkait.

PT "X" adalah sebuah *franchise* yang bergerak dalam bidang perdagangan alarm dan CCTV. Selama ini PT "X" memiliki perencanaan, namun bentuknya tidak formal. Selain itu perencanaan di sini tidak dilakukan dalam waktu yang rutin, hanya jika ada kebutuhan yang mendesak saja. Sedangkan untuk pengendalian, di PT "X" sudah dirancang dengan cukup baik. Hanya saja bentuk pengendalian di PT "X" ini masih memiliki beberapa kelemahan dan masih belum dapat mengatasi beberapa masalah yang ada.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT "X" dan para *franchisor* lain dalam rangka menentukan bentuk perencanaan dan pengendalian yang sesuai, dengan tetap menjaga hubungan yang sinergis antara *franchisor* dan *franchisee*-nya.