

ABSTRAK

Ketergantungan manusia terhadap alat transportasi saat ini semakin meningkat. Hal tersebut berdampak pada semakin meningkatnya pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di dunia. Begitu pula juga di Indonesia, pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut terbukti dengan pertumbuhan pesat kendaraan bermotor yang mencapai 57 juta unit lebih pada tahun 2007. Diantara sekian banyak jenis kendaraan bermotor tersebut, pertumbuhan jumlah sepeda motor adalah yang tercepat di antara semua. Grafik kenaikan jumlah sepeda motor di Indonesia yang semakin tinggi (41 juta unit dari total 57 juta unit kendaraan bermotor) menjadi fenomena tersendiri. Hal tersebut menjadi peluang bisnis yang sangat potensial bagi pasar. Para pengusaha pun saat ini berlomba-lomba membangun sebuah bisnis yang bergerak di bidang otomotif, terutama sepeda motor. Pendirian bengkel, toko *sparepart* serta aksesoris dan lain-lainnya menjadi peluang pasar yang tidak mungkin dilewatkan begitu saja oleh pelaku-pelaku bisnis di Indonesia.

Salah satu orang yang jeli dalam melihat peluang tersebut adalah Bapak Margo. Berawal tanggal 7 Mei 2006 beliau mendirikan Margo Motor, sebuah sekolah kursus mekanik di Surabaya. Usaha Kursus Mekanik tersebut selanjutnya berkembang dengan cepat dengan dibukanya cabang pada tanggal 6 Maret 2007 sebuah kursus mekanik yang kedua di Yogyakarta. Pembukaan Kursus Mekanik di Yogyakarta ini bekerjasama dengan seorang Pembalap Nasional yang terkenal dengan julukan *Dewa Road Race* Indonesia, yaitu Hendriansyah. Untuk Kursus Mekanik di Yogyakarta ini diberi nama Hendriansyah-Margo *Mechanical Center*. Selanjutnya, Hendriansyah-Margo *Mechanical Center* membuka cabang lagi di Bandung pada tanggal 6 November 2007. Perkembangan pesat ketiga unit tersebut mendorong pemiliknya untuk mengembangkan usahanya lebih besar lagi. Guna mewujudkan pengembangan usahanya tersebut, digunakanlah nama HMMC (Hendriansyah-Margo Motor *Center*) *Mechanical Course* yang merupakan peleburan dari Margo Motor & Hendriansyah-Margo *Mechanical Center*. Perencanaan pengembangan usaha tersebut hendak dilakukan dengan mewaralabakan usaha kursus mekanik tersebut.

Melihat dari hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan mampu merancang sebuah sistem *franchise* yang baik serta dilakukan sesuai dengan tahap-tahap dan alur yang tepat. Agar didapatkan apa saja yang diperlukan dalam perancangan sistem *franchise* ini, penyusun melakukan studi literatur berkaitan dengan mewaralabakan sebuah usaha. Setelah itu, pengamatan awal pun dilakukan dengan wawancara serta pengumpulan data perusahaan serta data-data lain yang berkaitan dengan penyusunan sistem waralaba tersebut. Melalui studi literatur dan pengamatan tersebut, diketahui bahwa ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam mewaralabakan sebuah bisnis perusahaan. Diantaranya adalah: pematangan konsep usaha perusahaan, melakukan *benchmarking* dengan perusahaan saingan ataupun perusahaan sejenis, pendaftaran merek dagang serta Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) sebagai perlindungan konsep usaha perusahaan. Selain itu, berkaitan dengan proses waralaba itu sendiri, diperlukan beberapa seperti perancangan *Standard Operating Procedure* perusahaan, *Blueprint* perusahaan, Prospektus penawaran bisnis serta kontrak perjanjian waralaba. Tentunya hal-hal tersebut harus disesuaikan dengan keinginan dan ketentuan-ketentuan yang dikehendaki perusahaan dalam mewaralabakan usahanya seperti konsep manajemen yang digunakan, dukungan finansial yang didapatkan, peralatan-peralatan serta kebutuhan lainnya yang dibutuhkan dalam pendirian sebuah cabang *franchise*. Dengan mengombinasikan kebutuhan-kebutuhan serta ketentuan perusahaan tersebut, disusunlah sebuah sistem waralaba yang baik dan diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi franchisee maupun franchisor. Penetapan jumlah *franchisee fee* dan *royalty fee* serta penghitungan *payback period* juga perlu dilakukan sebagai ilustrasi bisnis ke depannya yang menggambarkan bagaimana keuntungan bagi kedua belah pihak (*franchisor* dan *franchisee*) dapat dicapai. Selain itu, pengembangan serta pemasaran usaha waralaba juga harus ditingkatkan agar usaha waralaba ini nantinya mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Keywords: Franchise, HAKI, *Standard Operating Procedure*, *Blueprint* perusahaan, Kontrak perjanjian waralaba.