

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Kecil Menengah (UKM) ini telah menjadi salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh, terutama di Indonesia. Sejak krisis moneter tahun 1998 mendera peranan UKM dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja (Widyanto, 2016). Hal ini ditunjukkan melalui proses kemitraan waralaba (*franchise*) yang saling menguntungkan antara UKM selaku penerima waralaba (terwaralaba) dengan pemberi waralaba (pewaralaba) yang umumnya adalah pengusaha besar, begitu juga UKM yang telah memiliki sistem, peralatan, pembukuan, dan pelatihan serta memiliki usaha yang menguntungkan (*profitable*) dan dapat diaplikasikan maka usaha tersebut dapat dikembangkan melalui sistem waralaba (Widyan, 2013).

Menurut ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI, dalam Fuady, 2015), perkembangan bisnis waralaba di Indonesia memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi, sekitar 65% pembeli lisensi waralaba mampu mengembangkan usahanya dengan pesat. Disinyalir perkembangan waralaba di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan baik waralaba asing dan waralaba lokal. Hingga saat ini, diketahui waralaba lokal berkembang hingga 74 merek produk, hal ini dikarenakan waralaba lokal mempunyai cita rasa lokal yang diyakini mempunyai nilai jual yang sangat tinggi baik di Indonesia. Namun demikian, terdapat kendala bagi UKM yang berdiri dalam waralaba. Hal ini dapat dilihat dari pemberian izin atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan ataupun melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual milik pemberi lisensi (UKM sebagai terwaralaba).

Salah satu UKM waralaba yang hendak dikaji adalah UD Mie Lidi Surabaya. UD Mie Lidi Surabaya awalnya merupakan usaha kecil yang menjual mie berbentuk lidi dengan beberapa varian rasa. Seiring waktu inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pemilik usaha UD Mie Lidi Surabaya dalam pengembangan produk, diferensiasi produk dan membangun sistem yang baik dalam menjalankan usaha membuat usaha UD Mie Lidi Surabaya dapat berkembang dan dikenal masyarakat. Lebih lanjut UD Mie Lidi Surabaya telah memenuhi syarat dalam sistem waralaba dan berpotensi mengembangkan usaha secara waralaba. Pada tahun 2016 UD Mie Lidi Surabaya memperluas ekspansi usaha dengan sistem waralaba dan sekarang menjadi salah satu pewaralaba lokal yang sangat terkenal dan sukses di kota Surabaya. Sehingga ada kaitan positif antara penerapan sistem waralaba pada pengembangan suatu usaha dan menjadi cara alternatif untuk pengembangan usaha dengan sistem waralaba.

Dengan kemampuan teknologi dan pengetahuan yang unik, dan biasanya sedikit lebih maju atau inovatif, UKM UD Mie Lidi Surabaya menawarkan kelebihan kemampuannya tersebut kepada pihak lain untuk menjalankan usahanya, sehingga pengembangan usaha UKM UD Mie Lidi Surabaya dapat berkembang secara cepat. Bagi pengembangan usaha waralaba tentu harus ada peranan antara pewaralaba dan terwaralaba, pewaralaba harus memberikan bantuan kepada terwaralaba dalam hal transfer manajemen, kepastian pasar, promosi, pasokan bahan baku, pengawasan mutu, pelatihan dan bimbingan. Kerjasama ini untuk pengembangan usaha waralaba antara pewaralaba dan terwaralaba, sehingga menciptakan sistem waralaba yang baik sebagai alternatif pengembangan usaha.

Sebagaimana umumnya bisnis, waralaba tetap memimiliki resiko kerugian. Di sinilah pentingnya untuk 'meneliti terlebih dahulu sebelum membeli. Analisa kelayakan usaha sangat diperlukan untuk meraih kesuksesan dalam bisnis waralaba ini. Untuk mencapai suatu keberhasilan diperlukan perencanaan yang matang dan cara berpikir strategis. Untuk dapat memilih dan menetapkan strategi yang akan dipakai dapat dilakukan melalui pendekatan dengan analisis SWOT. Dalam perkembangannya saat ini, SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai juga dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera di ambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing

Mengingat sangat pentingnya mengkaji penerapan sistem waralaba pada suatu UKM, maka penulis akan melakukan penelitian pada UKM keripik UD Mie Lidi Surabaya dengan analisis SWOT. Analisis SWOT diukur berdasarkan kajian Slamet (2016) mencakup : merek dagang, keuangan, standar bisnis waralaba, pemasaran, pelatihan dan bimbingan, serta pengembangan usaha. Analisis SWOT digunakan sebagai lanjutan bentuk pelaksanaan sistem waralaba dalam pengembangan bisnis UD Mie Lidi Surabaya, sekaligus sebagai bentuk alternatif pengembangan perusahaan dalam bermitra.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan sistem waralaba pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) UD. Mie Lidi Surabaya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui penerapan sistem waralaba pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) UD Mie Lidi Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik dari segi teoretis maupun praktis, diantaranya :

### **1. Aspek Akademik**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi bagi mahasiswa program studi manajemen pada khususnya dalam mengadakan penelitian yang sama, berikut menghasilkan khazanah dan wawasan tentang analisis penerapan sistem waralaba pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM).

### **2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan**

Diharapkan dapat dijadikan sarana untuk menerapkan ilmu yang diterima dan teori-teori yang diperoleh ke dalam praktek yang ada pada perusahaan, utamanya terkait penerapan sistem waralaba pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM).

### **3. Aspek Praktis**

Manfaat yang dapat dirasakan oleh pihak Usaha Kecil Menengah (UKM) UD Mie Lidi Surabaya dengan adanya kajian penerapan sistem waralaba adalah memberikan gambaran pada manajemen tentang keadaan suatu usaha yang menjadi objek penelitian berdasarkan hasil analisis yang objektif. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya masalah pelaksanaan sistem waralaba pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM), sehingga mendorong para pemilik usaha lainnya (perusahaan) untuk memperhitungkan dan bahan pembandingan antara teori dan praktek nyata dalam suatu organisasi/entitas.