

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Studi kelayakan pada akhir-akhir ini telah dikenal luas oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang dunia usaha dan bisnis. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, menuntut perlu adanya penilaian tentang seberapa besar kegiatan/kesempatan tersebut dapat memberikan manfaat (*benefit*) bila diusahakan kepada calon pengusaha.

Studi kelayakan juga sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan atau menolaknya. Pengertian layak dalam penilaian sebagai studi kelayakan maksudnya adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha/proyek dalam arti *social benefit*, tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit* dan begitu pula sebaliknya, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.

Menurut M. Yaqob Ibrahim (2003:2) diungkapkan bahwa:

Proyek-proyek yang dinilai dari segi *social benefit* pada umumnya adalah proyek-proyek yang *benefitnya* dihitung/dinilai dari segi manfaat yang diberikan proyek terhadap perkembangan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Kegiatan usaha/proyek yang dinilai dari segi *financial benefit* adalah usaha-usaha yang

dinilai dari segi penanaman investasi/modal yang diberikan untuk pelaksanaan usaha/proyek tersebut.

Suatu penyusunan studi kelayakan bisnis diperlukan penilaian dari berbagai aspek, antara lain: aspek hukum, aspek teknis dan teknologi/manajemen operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek keuangan dan ekonomi, dan aspek lingkungan.

Aspek keuangan dan ekonomi merupakan aspek inti dalam studi kelayakan bisnis, karena aspek ini menentukan kelayakan usaha dilihat dari segi keuangan dan ekonomi sehingga tujuan utama yaitu memperoleh laba dan pemenuhan kebutuhan dapat dipenuhi. Pembahasan yang dilakukan dalam bidang keuangan menyangkut dengan biaya investasi, modal kerja, biaya operasi dan pemeliharaan, serta perhitungan pendapatan yang mungkin diterima.

Berdasarkan pada *cost* dan *benefit*, dalam aspek keuangan dan ekonomi terdapat analisis kriteria investasi, yaitu analisis yang dilakukan terhadap beberapa kriteria (syarat/ciri) investasi, baik mengenai *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Profitability Index (PI)* dan lain-lain tergantung kebutuhan informasi pengusaha yang bersangkutan, karena semakin banyak metode dan kriteria investasi yang digunakan, maka semakin memberikan gambaran yang lengkap sehingga diharapkan memberikan hasil yang akan diperoleh menjadi lebih sempurna dan sebagai ukuran tentang layak tidaknya kegiatan usaha/proyek dilihat dari segi keuangan.

Studi kelayakan bisnis yang paling banyak dilakukan baru-baru ini adalah studi/analisis terhadap usaha yang disebut dengan *franchise*, yang di Indonesia disebut dengan bisnis waralaba. Saat ini bisnis *franchise* (waralaba), terutama di

Indonesia telah menjadi *trend* dan berkembang luar biasa pesatnya. Tidak aneh bila kemudian dengan sangat mudah dijumpai bisnis-bisnis waralaba di mana-mana, baik itu bisnis di bidang makanan dan minuman maupun non makanan dan non minuman. Keadaan tersebut tentulah sangat membanggakan, karena pada dasarnya waralaba telah diterima oleh banyak kalangan masyarakat sebagai suatu pilihan peluang bisnis yang unggul dan menguntungkan.

Waralaba merupakan salah satu bentuk sistem bisnis yang harus diukur melalui ukuran finansial. Istilah-istilah asing yang kerap terlihat dalam perbincangan mengenai waralaba terkadang masih membingungkan, diantaranya yang paling dasar ialah *franchisor* dan *franchisee*. Menurut Rizal Calvary Marimbo, dalam bukunya yang berjudul “Rasakan Dahsyatnya Usaha *Franchise!*” (2008 : 5), menjelaskan bahwa: Pewaralaba/pemberi waralaba/*franchisor* adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba, sedangkan terwaralaba/penerima waralaba/*franchisee* adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, pasal 1 ayat (1), yaitu:

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Perkembangan pesat bisnis waralaba di Indonesia dewasa ini ternyata belum diimbangi dengan pemahaman yang seragam di dalam masyarakat tentang apa itu waralaba (*franchise*). Bahkan istilah tersebut sering dipergunakan salah kaprah oleh beberapa pihak, terbukti dengan banyak terjadinya penipuan baik itu dalam hal investasi, fasilitas, bahkan hingga tentang legalitas suatu perusahaan *franchise* yang ternyata ada yang masih diragukan.

Oleh karena itu, bagi masyarakat awam, yaitu masyarakat yang baru dan akan menggeluti bisnis waralaba ini, perlu mengetahui secara umum dan khusus minimal tentang apa dan bagaimana bisnis waralaba (*franchise*). Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diharapkan, misalnya penipuan, kerugian, dan lain-lain.

Kita juga telah mengetahui bahwa untuk menentukan layak tidaknya suatu investasi yang ditinjau dari aspek keuangan dan ekonomi, perlu dilakukan pengukuran dengan beberapa kriteria, yaitu dengan melakukan kegiatan analisis dengan kriteria investasi. Setiap penilaian layak pada bisnis waralaba diberikan nilai standar untuk usaha yang sejenis dengan cara membandingkan hasil analisis kriteria investasi yaitu PP, NPV, IRR dan PI, terhadap paket waralaba yang ditawarkan oleh perusahaan *franchisor* dan B.O (*Business Opportunity*) dalam suatu simulasi keuangan.

Menurut Pietra Sarosa, *Managing Director Sarosa Consulting Group*, dalam suatu artikel di majalah Info Franchise edisi 11/II/15 November-14 Desember 2007, mengungkapkan bahwa cara yang paling mudah untuk memperoleh informasi dalam mengambil keputusan melakukan usaha/bisnis

waralaba adalah dengan membandingkan satu demi satu paket *franchise* sejenis yang ditawarkan, dan kemudian melihat “spesifikasinya”.

“Spesifikasi” yang dimaksud antara lain: jangka waktu *franchise*, besaran investasi (termasuk *franchise fee*), fasilitas yang diberikan, potensi keuntungan, reputasi *owner/manajemen*, *training* dan asistensi yang diberikan, pasokan bahan baku, aktivitas pemasaran yang dilakukan, *recruitment* dan penggantian karyawan, hak dan kewajiban *franchisee*, tingkat fleksibilitas *franchisee* dalam berinovasi dan berkreasi (dalam perjanjian *franchise*), jangka waktu pengembalian modal (laporan proyeksi laporan keuangan), *track record* bisnis (perkembangan bisnis dan laporan keuangan) dan lain-lain, yang kemudian dibandingkan dengan total investasi yang akan dikeluarkan, lalu akhirnya ambil paket waralaba yang paling menguntungkan.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta dengan kriteria investasi karena menurut ketua Asosiasi Franchise Indonesia (AFI); Anang Sukandar, lebih dari 50% perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal di Jakarta bergerak dalam bidang makanan dan minuman (*Food & Beverages*) karena meskipun dampak terbesar dari kenaikan harga BBM sangat terasa pada industri makanan dan minuman (F&B) namun tetap saja industri F&B memiliki daya tarik yang sangat luar biasa bagi calon investor. Pasalnya, industri F&B adalah sebuah industri yang tidak pernah mati serta sarat akan potensi dan prospek.

Berdasarkan hasil kuisioner yang dilakukan oleh penulis pada 250 orang responden, yaitu masyarakat umum yang mengenal dan mengonsumsi produk dari 20 perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta yang ditawarkan oleh penulis, disimpulkan bahwa Campina Scoop Counter merupakan perusahaan B.O lokal bidang makanan dan minuman yang paling terkenal dan paling banyak masyarakat yang pernah mengonsumsi produknya. Selain itu, menurut masyarakat di Jakarta, Campina Scoop Counter juga merupakan perusahaan B.O lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta yang paling diminati oleh masyarakat dalam hal berinvestasi, karena produknya diminati oleh seluruh kalangan masyarakat sehingga kemungkinan keuntungan yang akan diperoleh besar dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk balik modal.

Berdasarkan uraian latar belakang yang berisi fenomena-fenomena tersebut, maka penulis melakukan pembahasan mengenai analisis studi kelayakan bisnis waralaba yang dilakukan terhadap perusahaan *franchise* menggunakan kriteria investasi, yang disusun dalam suatu penelitian dengan judul: Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Pada Perusahaan *Franchise* Dengan Kriteria Investasi (Studi Kasus Pada Perusahaan *Franchisor* dan B.O Lokal Bidang Makanan dan Minuman di Jakarta).

## **1.2 Batasan dan Rumusan Masalah**

Penelitian ini dilakukan dengan batasan-batasan dan rumusan masalah tertentu, antara lain:



### 1.2.1 Batasan Masalah

Analisis studi kelayakan bisnis waralaba dengan kriteria investasi yang baik dan benar akan dapat menghasilkan keputusan investasi yang berguna dan menguntungkan bagi para calon pengusaha, khususnya pengusaha yang ingin menggeluti dunia bisnis waralaba, sehingga tercapai tujuan yang diharapkan yaitu memperoleh laba.

Untuk itu, selain diperlukan suatu metode atau teknik untuk menganalisisnya, juga dibutuhkan keterampilan penganalisis dalam menginterpretasikan setiap data yang dihasilkan dalam analisis tersebut. Maka dalam penelitian ini penulis menganalisis paket waralaba (*Franchise Package*) yang ditawarkan oleh perusahaan pewaralaba/*franchisor* dan B.O Lokal kepada masyarakat calon *franchisee* dalam suatu analisis studi kelayakan bisnis waralaba menggunakan kriteria investasi, kemudian menginterpretasikan hasil yang diperoleh tersebut sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi perusahaan *franchisor* itu sendiri, masyarakat calon *franchisee*, dan pihak lain yang ingin mengetahui lebih banyak tentang apa dan bagaimana bisnis waralaba.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah yang timbul dan dibahas di dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan kriteria investasi.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan atas maksud dan tujuan tertentu, sebagai berikut:

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mencari, menemukan, memperoleh, mengolah dan menganalisis data yang dibutuhkan dalam penelitian tentang analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan kriteria investasi.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengkaji dan memperoleh gambaran dan informasi tentang analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan kriteria investasi.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

##### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini mendorong penulis untuk mempelajari, memperoleh informasi dan menambah wawasan tentang analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan kriteria investasi.



2. Bagi Pewaralaba (*franchisor*)

Hasil penelitian ini dapat digunakan bagi pihak *franchisor* sebagai referensi dalam menerapkan standar investasi yang tepat dalam paket waralaba yang akan ditawarkan kepada masyarakat sebagai calon *franchisee*.

3. Bagi pihak Terwaralaba (*franchisee*)

Hasil penelitian ini dapat digunakan bagi pihak *franchisee* maupun calon *franchisee* sebagai referensi dalam mengambil keputusan investasi pada bisnis waralaba yang tepat guna untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan khususnya bidang makanan dan minuman di Jakarta.

4. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan bagi pihak lain sebagai informasi untuk menambah wawasan dan referensi bagi mereka yang tertarik dengan bisnis waralaba dan ingin berinvestasi pada bisnis ini.

#### **1.4.2 Kegunaan Teoritis**

1. Untuk memberikan sumbangan positif bagi pemikiran, yang berguna juga untuk memperluas wacana pemikiran tentang berinvestasi dan studi kelayakan bisnis waralaba
2. Untuk lebih memahami dan mengerti tentang bisnis waralaba
3. Untuk lebih memahami dan mengerti serta dapat merasakan manfaat dari penelitian tentang analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan kriteria investasi.

## 1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi, dan Pertanyaan Penelitian

### 1.5.1 Kerangka Pemikiran

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu konsep yang dikembangkan juga dari konsep manajemen keuangan, terutama untuk mencari dan menemukan inovasi baru dalam suatu perusahaan/organisasi. Pertimbangan yang menunjukkan pentingnya studi kelayakan bisnis ini terlihat dari semakin luasnya cakupan dari studi kelayakan tersebut. Salah satunya dalam melakukan studi finansial, yang perlu didasarkan atas pemahaman manajemen keuangan dan akuntansi yang baik, sehingga tercapai keputusan investasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

Menurut William F. S (Kasmir dan Jakfar, 2007: 4) dijelaskan bahwa: Investasi adalah mengorbankan dollar sekarang untuk dollar di masa yang akan datang. Dari pengertian ini terkandung dua atribut penting di dalam investasi, yaitu adanya risiko dan tenggang waktu.

Investasi dapat pula diartikan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Penanaman modal yang ditanamkan dalam arti sempit berupa proyek tertentu baik bersifat fisik ataupun nonfisik, seperti proyek pendirian pabrik, jalan, jembatan, pembangunan gedung dan proyek penelitian dan pengembangan. (Kasmir dan Jakfar, 2007: 4)

Iban Sofyan di dalam bukunya “Studi Kelayakan Bisnis”, menjelaskan bahwa:

Keputusan investasi adalah keputusan untuk melaksanakan suatu usaha baru atau pengembangan usaha lama yang hasilnya tidak dapat dirasakan langsung saat keputusan investasi dibuat, tetapi hasilnya baru dapat dirasakan di masa yang akan datang (2003:4).

.....  
 agar studi kelayakan bisnis ini dapat mencapai sasaran dari berbagai pihak, tentu saja harus memenuhi beberapa persyaratan berikut:

1. studi harus dilakukan dengan teliti dan penuh kehati-hatian
2. studi harus dilakukan dengan dukungan data yang lengkap
3. studi harus dilakukan dengan kejujuran dan ketulusan hati
4. studi harus dilakukan dengan objektif
5. studi harus dilakukan dengan adil, tidak memihak kepentingan tertentu
6. studi harus dapat diuji ulang jika diperlukan untuk menguji kebenaran hasil studi (2003:7)

Kriteria investasi merupakan salah satu instrumen dalam aspek keuangan dan ekonomi sebagai salah satu aspek studi kelayakan bisnis (SKB) yang sangat penting karena dapat mempengaruhi aspek-aspek SKB yang lain. Tujuan dari perhitungan kriteria investasi adalah untuk mengetahui sejauh mana gagasan usaha yang direncanakan dapat memberikan manfaat (*benefit*), baik dilihat dari *financial benefit* maupun *social benefit*.

Hasil perhitungan kriteria investasi ini merupakan indikator dari modal yang diinvestasikan, yaitu perbandingan antara total *benefit* yang diterima dengan total biaya yang dikeluarkan dalam bentuk *present value* selama umur ekonomis usaha. Apabila hasil perhitungan telah menunjukkan layak, resiko kegagalan pelaksanaannya biasanya kecil, kecuali karena *uncontrolable* seperti banjir, gempa bumi, dan perubahan peraturan pemerintah.

Kriteria/ciri investasi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- *Payback period (PP)*
- *Net Present Value (NPV)*
- *Internal Rate of Return (IRR)*
- *Profitability Index (PI)*

Berdasarkan pada uraian tersebut, keputusan yang timbul dari hasil analisis kriteria investasi proyek secara umum dapat digolongkan atas tiga bagian, yaitu:

1. menerima atau menolak proyek
2. memilih satu atau beberapa proyek yang paling layak untuk dikerjakan
3. menetapkan skala prioritas dari proyek yang layak

(Yaqob Ibrahim, 2003:142)

Secara umum pengertian proyek adalah kegiatan yang melibatkan berbagai sumber daya yang terhimpun dalam suatu wadah (organisasi) tertentu dan jangka waktu tertentu untuk melakukan kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya atau untuk mencapai sasaran tertentu. (Kasmir dan Jakfar, 2007:4)

Selain itu, Kasmir dan Jakfar pun menjelaskan bahwa:

Pengertian bisnis adalah kegiatan/usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengertian Studi kelayakan bisnis (SKB) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. (2007: 5-6)

Studi kelayakan bisnis (SKB) ini pada umumnya dilakukan pada seluruh jenis bisnis/usaha/proyek, salah satunya adalah bisnis waralaba (*franchise*). Bisnis ini sedang menjadi *trend* di Indonesia. Semua kalangan masyarakat telah banyak yang mencoba menggeluti bisnis waralaba ini, termasuk mahasiswa yang saat ini dijadikan sebagai sasaran utama bagi para *franchisor* dalam mengembangkan usahanya dengan sistem *franchise*. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya usaha/bisnis *franchise* yang menawarkan paket waralabanya (*franchise package*) dengan nilai investasi yang tergolong kecil dan menjanjikan omset yang besar.

Waralaba pada hakekatnya merupakan strategi pemasaran para pengusaha yang mirip dengan strategi-strategi lain seperti *retailing*, *multilevel marketing*, *direct selling*, *word of mouth*, dan sebagainya, yang bertujuan untuk memperlebar jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. Waralaba menjadi alternatif yang lebih disukai karena sistem ini membuat jaringan usaha yang lebih kuat. Keunikan sistem ini adalah konsep hubungan usaha yang

ditawarkan bersifat saling menguntungkan. Pemilik waralaba (*franchisor*) akan berusaha sekuat tenaga untuk membuat pembeli waralaba (*franchisee*) berhasil menjalankan usaha dan mencapai omset/keuntungan yang sebesar-besarnya, karena kegagalan penyewa/pembeli waralaba berarti kartu mati pemilik waralaba.

Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis terutama bagi pemilik bisnis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Besarnya keuntungan telah ditetapkan sesuai dengan target yang diinginkan sesuai dengan batas waktunya. (Kasmir dan Jakfar, 2007: 5)

Berbicara tentang omset, berarti berhubungan erat dengan keuntungan dan investasi yang dikeluarkan. Saat ini para pewaralaba (*franchisor*) berlomba-lomba memberikan paket waralaba yang paling memuaskan, sedangkan para pembeli waralaba berlomba-lomba untuk mencari paket waralaba yang paling menguntungkan, yaitu paket waralaba dengan investasi dan resiko yang sekecil-kecilnya guna mendapatkan keuntungan/laba yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis studi kelayakan bisnis waralaba dengan kriteria investasi yang akan menghasilkan informasi layak atau tidak layaknya paket waralaba tersebut, sehingga dengan dilakukannya analisis studi kelayakan bisnis waralaba dengan kriteria investasi pada perusahaan *franchise* melalui paket waralabanya ini, *franchisor* dapat menentukan standar investasi dalam paket waralabanya secara efektif dan pengusaha sebagai calon pembeli waralaba (*franchisee*) dapat mengambil keputusan investasi dengan tepat yaitu dengan tidak keluar dari target yang diinginkan, sehingga kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

Dr. Bambang N. Rachmadi di dalam bukunya “*Franchising The Most Practical and Excellent Way of Succeeding*-Membedah Tawaran *Franchise* Lokal Indonesia), mengatakan bahwa:

Ketika membaca tawaran bisnis dari sebuah *franchisor*, kita harus melihat simulasi keuangan yang ditawarkan secara kritis. Jangan tergiur dengan iming-iming/janji balik modal cepat. Kita harus melihat dulu apakah simulasi keuangan yang disajikan cukup wajar/masuk akal. Oleh karena itu, *franchisor* yang baik akan menjelaskan simulasi keuangan secara jelas dan realistis.

.....  
kita juga harus melakukan evaluasi terhadap peluang investasi yang ditawarkan. Dalam praktik bisnis, digunakan beberapa teknik analisis untuk memutuskan apakah investasi yang ditawarkan oleh *franchisor* dapat diterima atau tidak, yaitu dengan apa yang disebut analisis kriteria investasi (2007:65).

Selain itu, Analisis studi kelayakan bisnis waralaba dengan kriteria investasi ini juga akan dapat memberikan informasi kepada pihak lain yang ingin mengetahui lebih banyak tentang bisnis waralaba, khususnya bidang makanan dan minuman yang berlokasi di Jakarta.

### **1.5.2 Asumsi**

Dalam penelitian ini, penulis berasumsi antara lain bahwa:

1. Tidak adanya perubahan peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan objek penelitian selama waktu penelitian.
2. Kondisi Ekonomi dan *trend* yang terjadi saat penelitian tidak menyebabkan perubahan pada *franchise package* (paket waralaba) yang ditawarkan oleh *franchisor* kepada *franchisee* sebagai data penelitian.



### 1.5.3 Pertanyaan Penelitian

Setiap penelitian memiliki permasalahan yang berbeda-beda dan tidak semua penelitian tersebut selalu menguji hipotesis, tapi tergantung pada permasalahan yang dihadapi.

Jika suatu penelitian tidak menguji hipotesis, maka untuk menjelaskan dan menegaskan permasalahan yang diteliti, dirumuskanlah suatu problematika penelitian dalam bentuk kalimat tanya yang disebut dengan pertanyaan penelitian. Berdasarkan hal tersebut yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis studi kelayakan bisnis waralaba pada perusahaan *franchise* dengan menggunakan kriteria investasi, yaitu PP, NPV, IRR dan PI, dimana dalam hal ini PP, NPV, IRR dan PI adalah sebagai indikator penelitiannya.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan di perusahaan pewaralaba (*franchisor*) yang berlokasi di Jakarta. Adapun alasan memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian karena Jakarta adalah Ibu Kota Negara Indonesia dan merupakan kota metropolitan dimana prospek membangun dan memiliki lapangan usaha tersebut terbilang menguntungkan. Hal ini tampak dari banyaknya usaha/bisnis yang menggunakan kreativitas dalam berinovasi dan bersaing, terutama usaha-usaha/ bisnis-bisnis yang menerapkan sistem *franchise* yang menurut ketua Asosiasi Franchise Indonesia (AFI); Anang Sukandar bahwa

saat ini terdapat 75% perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal berada di kota Jakarta. Selain itu menurut riset yang dilakukan oleh Majalah Info Franchise, menghasilkan bahwa hingga tahun 2008 ini sebesar 58,81% waralaba yang ditawarkan merupakan waralaba yang berasal dari Jakarta

### **1.6.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dipergunakan untuk penulis dalam melakukan penelitian, yaitu pada bulan Januari 2008 sampai dengan Agustus 2008.

