

RENCANA INVESTASI SEBAGAI TERWARALABA (*FRANCHISEE*) “BAKSO KOTA CAK MAN”

Siapun yang akan melakukan investasi senantiasa dihadapkan pada pertanyaan berapa biaya yang dikeluarkan dan untuk apa, kemudian disusul dengan pertanyaan berapa perkiraan imbal hasil (*rate of return*) yang akan diperoleh per hari, per bulan atau per tahun. Dengan demikian, setelah mengetahui semua perkiraan biaya dan perkiraan pendapatan maka barulah seseorang dapat mengambil keputusan apakah investasi tersebut menguntungkan (*profitable*) atau tidak. Secara singkat, perhitungan investasi adalah didasarkan pada berapa besar biaya investasi dan berapa besar pendapatan usaha.

Ada 3 hal yang perlu diperhitungkan dalam hal investasi di sektor penjualan makanan/minuman khususnya dalam bentuk usaha sebagai pemegang waralaba (*franchisee*) “Bakso Kota Cak Man”, yakni : a) Besarnya biaya investasi, b) Besarnya pendapatan dari penjualan makanan/minuman, dan b) Resiko usaha, di samping itu, sudah barang tentu biaya produksi/biaya operasional serta biaya atas kekayaan intelektual berupa royalty-fee sebesar 5% (lima persen) dari total hasil penjualan yang dibayarkan setiap bulan, seperti rincian berikut ini.

A. RINCIAN BIAYA

1). *Komponen Biaya Investasi*

- a. Biaya pengadaan gedung sebagai tempat memasak dan gerai (outlet) penjualan. Dalam hal ini, bisa dalam bentuk biaya pembangunan, pembelian, atau *sewa/kontrak* yang besarnya tergantung pada harga pasar setempat. Untuk menghitung komponen biaya pengadaan tempat ini dapat dilihat dari besarnya *biaya penyusutan* atau *biaya sewa* gedung per bulan.
- b. Biaya pengadaan/pembelian peralatan
Peralatan yang diperlukan adalah alat masak bakso dan variannya, furniture di gerai termasuk alat masak dan mesin pencatat penerimaan hasil penjualan (*cash register*), untuk lebih jelasnya *lihat lampiran A*.
- c. Biaya kelengkapan tampilan gerai (outlet)
Sudah barang tentu, agar gerai (outlet) dapat dikenal orang dengan mudah, maka tampilannya harus mempunyai ciri khusus yakni berupa papan-nama dalam bentuk neon-box/sign bertuliskan “Bakso Kota Cak Man” disertai dengan logo dan keterangan lainnya yang ditentukan oleh pihak manajemen. Jumlah neon-box/sign yang dipasang di masing-masing gerai adalah minimum 2 buah, yakni di luar gedung atau bagian luar gedung dan di dalam gedung. Dalam hal ini tersedia panduan/ccontoh yang terekam dalam compact disc (CD).
- d. Biaya pembelian kelengkapan untuk operator/pegawai/pramusaji
Ciri utama dari usaha waralaba adalah *keseragaman* (standarisasi) yang tidak hanya terbatas pada produk makanannya akan tetapi juga pelayanannya, termasuk pula pakaian dan tanda pengenal para pegawai/operatornya (*lihat lampiran A*).
- e. Biaya promosi
Jika diamati, tidak ada satupun usaha yang dapat menjadi besar tanpa melakukan promosi. Mengapa demikian? Karena tidak mungkin suatu usaha di suatu *tempat yang baru* langsung begitu saja secara spontan dikenal masyarakat luas di *daerah tersebut* tanpa terlebih dahulu diperkenalkan dalam bentuk promosi yang secara gencar dan benar, meskipun sebenarnya usaha tersebut telah terkenal di tempat lain. Promosi ini harus sudah dilakukan *sebelum* pembukaan gerai dan dilakukan *secara berkala* pada suatu waktu apabila dipandang perlu, misalkan pada saat bulan puasa/lebaran, masa liburan sekolah dan lain sebagainya. Dalam hal ini, kami sediakan Buku Panduan Umum Promosi.

f. Franchise-fee

Merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh calon terwaralaba (*franchisee*) untuk *mendapatkan hak menggunakan nama- perusahaan* “Bakso Kota Cak Man” dan memproduksi bakso beserta variannya berdasarkan standar-mutu yang telah ditetapkan oleh pemberi hak waralaba (*franchisor*) termasuk untuk kegiatan *pelatihan juru masak, tenaga manajemen dan pramusaji*. Dibandingkan dengan kegiatan waralaba di sektor penjualan makanan lainnya, besarnya franchise-fee “Bakso Kota Cak Man” adalah *relatif murah*.

2) Komponen Biaya Produksi/Operasional

- a. Pembelian bahan-baku : daging sapi, daging ayam, tepung, kulit pangsit, seledri/daun bawang, kecap, minyak goreng dan beberapa bahan lain yang diperlukan dapat dilakukan sendiri oleh terwaralaba (*franchisee*) dengan *bimbingan dan bantuan* dari pihak pemberi hak waralaba (*franchisor*)
- b. Pengadaan bumbu dan saos serta bahan pendukung lainnya dilakukan pemberi hak waralaba (*franchisor*) yang tergantung pada target atau perkiraan kebutuhan di lapangan.

Catatan: Pihak terwaralaba (*franchisee*) harus membayar uang jaminan (*security deposit*) sebesar 60% (enam puluh persen) dari total perkiraan biaya pengadaan bumbu/saos yang akan disediakan/dipasok oleh pemberi hak waralaba (*franchisor*). Uang jaminan (*security deposit*) ini harus sudah diserahkan kepada pemberi hak waralaba seminggu sebelum kegiatan operasional produksi/ penjualan dilaksanakan. Uang jaminan (*security deposit*) ini akan dikembalikan lagi kepada pihak terwaralaba (*franchisee*) seminggu setelah berakhirnya kontrak perjanjian kerjasama waralaba. Pada tahap awal, pada umumnya tidak lebih dari Rp. 2 juta untuk persediaan beberapa bulan.

3). Royalty Fee

Merupakan biaya yang harus dibayarkan kepada pemberi hak waralaba (*franchisor*) untuk keperluan pembinaan manajemen, pengembangan mutu, pemasaran-umum secara terpusat, pembuatan buku petunjuk dan administrasi. Besarnya royalty-fee adalah 5% (lima persen) dari total hasil-penjualan kotor atas bakso beserta variannya, segala jenis minuman dan makanan lainnya yang dibayarkan *setiap bulan* dan disetorkan ke rekening pemberi hak waralaba (*franchisor*) pada Bank yang ditunjuk, paling lambat tanggal 9 bulan berikutnya dari masa penjualan.

4). Komponen Biaya Persiapan

Sebagaimana dimaklumi bahwa setelah permohonan atas hak waralaba disetujui, tahap berikutnya adalah survey lapangan yang dilakukan oleh pihak pewaralaba (*franchisor*) dan atau tim manajemennya. Semua biaya perjalanan dan akomodasi untuk survey lapangan adalah ditanggung oleh pihak calon terwaralaba (*franchisee*). Petugas survey lapangan ini dilakukan sendiri oleh pemilik hak merek dagang “Bakso Kota Cak Man” dibantu oleh 1 (satu) orang. Survey merupakan *tahapan crucial* karena untuk melihat potensi pasar (konsumen), ketersediaan bahan baku di pasar secara rutin, dan kondisi para pesaing yang telah ada di daerah tersebut (dilihat bagaimana produk dan harga-jualnya). Survey dilakukan semata-mata bertujuan untuk *melindungi kepentingan calon terwaralaba (franchisee)*, yakni jangan sampai investasinya mengalami kegagalan. Artinya, pihak pemilik hak waralaba (*franchisor*) tidak begitu saja langsung menyetujui setiap permohonan *secara asal-asalan* demi mengeruk keuntungan pribadi dari penerimaan franchise-fee yang besarnya puluhan juta rupiah dan tidak peduli apakah calon terwaralaba (*franchisee*) akan mengalami kerugian di kemudian hari. Sampai sejauh ini, kami telah menolak/tidak menyetujui beberapa permohonan karena dianggap tidak profitable.

Sekali lagi, kami, pewaralaba (*franchisor*) merek dagang “Bakso Kota Cak Man” bukanlah petualang

yang menjual sesuatu tanpa bukti dengan cara mengelabui para investor demi kepentingan pribadi dan bersifat *sementara saja*. Mengapa kepentingan sementara saja, tidak lain karena : jika pewaralaba (*franchisor*) hanya ingin mengejar franchise-fee senilai puluhan juta, sementara akhirnya kegiatan terwaralaba (*franchisee*) mengalami kegagalan, maka kegagalan ini sudah barang tentu menjadi bumerang bagi pewaralaba (*franchisor*) berupa *brand-image* dan *brand-equity* perusahaan menjadi pudar pelan-pelan kemudian akan merugikan dalam jangka panjang, padahal perusahaan ini telah kami bangun sejak 1980 dengan susah-payah. Dengan demikian, survey lapangan atau pasar ini tidak lain bertujuan untuk melindungi kepentingan calon terwaralaba (*franchisee*) dan pewaralaba (*franchisor*) sendiri.

B. PERKIRAAN HASIL PENJUALAN

Memang dimaklumi bahwa selain pewaralaba (*franchisor*) sendiri, tidak ada seorangpun yang dapat membuat perkiraan yang mendekati kenyataan terhadap berapa besar hasil penjualan suatu gerai (outlet). Oleh karena itu, demi kepentingan calon terwaralaba (*franchisee*) agar tidak mengalami kegagalan, maka pihak pewaralaba (*franchisor*) akan melakukan survey pasar terhadap potensi penjualan “Bakso Kota Cak Man” di lokasi bersangkutan. Dalam survey pasar ini akan dilakukan peninjauan terhadap lokasi/posisi gerai, kondisi fisik gedung (tempat masak dan gerai jualan), akses ke lokasi, dan bagaimana kondisi pesaing yang telah ada di pasar. Untuk mengetahui bagaimana para pesaing, pihak pewaralaba (*franchisor*) akan melihat secara *on the spot* mengenai produk bakso (rasa, bentuk, tampilan dan mutunya) dan harga jual yang ditawarkan oleh para pesaing. Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan ini, maka pewaralaba (*franchisor*) akan memutuskan apakah hasil penjualan dari gerai yang akan didirikan oleh calon terwaralaba (*franchisee*) tersebut adalah menguntungkan setelah diperhitungkan dengan dana investasi, berbagai biaya lainnya serta biaya produksi/operasional. Artinya, perkiraan apakah hasil penjualan dari suatu gerai (outlet) dapat menguntungkan atau tidak, *baru bisa ditentukan* setelah diketahui secara persis potensi pasar berdasarkan hasil survey lapangan. Dengan demikian, sekali kita sudah mendapatkan perkiraan hasil penjualan, maka kita dapat menentukan apakah investasi dalam bentuk memegang hak waralaba (*franchising*) ini menguntungkan. Ada jalan lain, untuk mengetahui apakah calon gerai (outlet) yang akan dibangun dapat memberikan keuntungan, yakni dengan jalan mengamati suatu gerai (outlet) yang sudah berjalan di tempat lain. Kemudian membandingkan kondisi gerai yang sudah berjalan tersebut dengan kondisi dan situasi calon gerai yang akan didirikan. Jika situasi, kondisi dan potensinya dianggap sama, maka kita bisa membuat keputusan bahwa calon gerai yang akan kita buka akan juga dapat memberikan keuntungan.

ILUSTRASI PERKIRAAN KEUNTUNGAN

Biaya investasi atau modal awal untuk pembukaan outlet baru :

- a. Biaya sewa gedung sekitar Rp. 40.000.000,-/tahun
 - b. Renovasi/dekorasi interior dan eksterior (neon box, hiasan berupa display/foto produk, kipas angin) termasuk furniture Rp. 10.000.000,-sampai dengan Rp. 30.000.000,- hal ini tergantung bagaimana kualitasnya.
 - c. Biaya franchise-fee Rp.50 juta untuk 5 tahun, atau Rp.850.000,-/bulan
 - d. Biaya pembelian peralatan masak, cash register, kulkas dan seragam pegawai sekitar Rp. 15.000.000,- sampai dengan Rp.30.000.000,- tergantung pada kualitas yang dipilih.
 - e. Biaya survey lokasi/feasibility survey sekitar Rp. 2.000.000,-
 - f. Biaya pembukaan sekitar Rp. 2.000.000,-
 - g. Biaya promosi dan iklan, antara lain untuk pembuatan spanduk, brosur, siaran radio atau media lainnya sekitar Rp. 2.000.000,-
 - h. Biaya pembuatan akta perjanjian di hadapan notaris sekitar Rp. 500.000.-
- Sehingga total modal awal adalah (a s/d g) Rp. 121.500.000,- sampai dengan Rp. 156.500.000,-

Kriteria kami dalam menentukan apakah suatu outlet baru dinyatakan feasible atau tempatnya strategis apabila omzet penjualan diperkirakan tidak kurang dari Rp. 1.500.000,- /hari. Perkiraan jumlah omzet ini adalah berdasarkan survei lapangan sebagaimana dijelaskan pada butir B sebelumnya. Misalkan saja hasil penjualan (omzet) di outlet baru tersebut adalah antara Rp. 1.500.000,- sampai dengan Rp. 2.000.000,- /hari, maka total hasil penjualan per bulan adalah sekitar Rp.50.000.000,-. Berdasarkan pengalaman Bapak H. Abdul Rachman Tukiman sebagai pemilik perusahaan, perhitungan keuntungan (*profit margin*) secara konservatif adalah berkisar 40% sampai dengan 50% dari hasil penjualan kotor, sehingga nilai nominal keuntungan adalah : $40\% \times \text{Rp.}50.000.000,- = \text{Rp.} 20.000.000,-$ / bulan (kotor). Adapun biaya yang harus diperhitungkan dari keuntungan kotor *per bulan* ini adalah :

a. Biaya royalty-fee sebesar : 5% x Rp.50 juta	= Rp. 2.500.000,-
b. Perhitungan biaya franchisee-fee <i>per bulan</i>	= Rp. 850.000,-
c. Biaya tenaga kerja (1 jurumasak & 6 tenaga kasar)	= Rp. 4.000.000,-
d. Sewa gedung/outlet (jika sewa)	= Rp. 3.000.000,-
e. Listrik/air	= Rp. 750.000,-
f. Biaya penyusutan peralatan/furniture	= Rp. 500.000,-
	----- (+)
Jumlah	= Rp. 11.600.000,-

Dengan demikian, keuntungan bersih adalah : **Rp. 20.000.000,- – Rp.11.600.000,- =Rp. 8.400.000,-** /bulan. Oleh karena itu, hanya sekitar 1 tahun lebih maka modal awal akan bisa tertutupi dari hasil keuntungan rata-rata yang diperoleh per bulan ini. Apalagi jika hasil penjualan per hari lebih dari Rp. 1.500.000,- sehingga per bulannya adalah lebih dari Rp. 50.000.000,-, maka keuntungan bersihnya akan semakin besar dan imbal-hasil modalnya (*return of investment*) akan lebih baik lagi. Ada beberapa outlet yang hasil penjualan rata-ratanya *di atas Rp. 3.000.000,-/hari*, bahkan *mencapai sekitar Rp. 5.000.000/ hari* sehingga keuntungan bersihnya mencapai *sekitar 10%* dari biaya investasi per bulan atau *di atas Rp. 10.000.000,-/ bulan*. Oleh karena itu, *pay-back period* usaha ini hanya berkisar 1 tahun saja.

Adalah tidak mengherankan jika ada beberapa pemodal yang telah memiliki satu outlet, ternyata kini mengajukan permohonan untuk membuka lagi outlet baru di lokasi lain sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya. Sekarang, ada beberapa pemodal yang telah memiliki lebih dari 1 outlet baik dalam satu kota atau di kota lain.

C. RESIKO USAHA

Berdasarkan pengalaman dan kenyataan yang ada, salah satu keuntungan dan keunggulan bisnis penjualan suatu produk dalam format sebagai terwaralaba (*franchisee*) adalah memiliki resiko usaha yang sangat kecil. Mengapa demikian? Tidak lain karena *brand-name* produk tersebut adalah telah sangat kuat di pasar, sehingga calon investor (*franchisee*) tidak perlu ragu-ragu lagi. Berbeda dengan investasi dalam bentuk penjualan *produk-baru* yang penuh tantangan apakah produk tersebut diterima pasar atau tidak. Sehingga, ada proses coba-coba (*trial and errors*) yang akan memerlukan pengorbanan tenaga, waktu, riset pasar dan dana investasi yang besar.

Sekarang mari kita tengok bisnis waralaba “Bakso Kota Cak Man”. Apabila kita melihat potensi pasar, maka dalam dunia atau pasar bakso, terutama jenis *bakso-malang*, nama merek dagang “Bakso Kota Cak Man” tidak perlu diragukan lagi. Sampai sejauh ini, “Bakso Kota Cak Man” merupakan *satu-satunya* pemegang merek dagang *bakso-malang* yang telah melakukan usaha bisnis waralaba (*franchising*) dan dianggap telah berhasil. Buktinya, dalam kurun waktu sekitar 2 tahun sejak diwaralabakan ternyata telah dibuka lebih dari 60 gerai baru, sehingga kondisi ini membuat *brand-name* dan *brand-equity* semakin tinggi tidak hanya di pasar lokal kota Malang Raya, akan tetapi sudah secara nasional. Dapat dikatakan bahwa resiko usaha penjualan bakso dengan merek dagang “Bakso Kota Cak Man” adalah relatif kecil karena

pasar telah mengenal bagaimana kualitas, rasa, kebersihan, pelayanan, dan harga produk yang ditawarkan. Di samping itu, berbeda dengan makanan lainnya, bakso dapat dinikmati oleh siapa saja (tua, muda dan anak-anak), kapan saja (pagi, siang, sore dan malam), suasana apa saja (rekreasi, pesta atau kebutuhan makan sehari-hari pengganti nasi), dan dimana saja (bisa dikemas untuk dimakan di tempat yang dikehendaki).

Dengan demikian, resiko usaha yang dihadapi dalam bisnis penjualan dalam format sebagai terwaralaba (*franchisee*) merek dagang “Bakso Kota Cak Man” adalah hanyalah berupa kondisi *force-majeure* yaitu hal-hal yang terjadi di luar kekuasaan manusia, yaitu berupa bencana alam, huru-hara, kebakaran, terjadinya peperangan atau pergolakan politik, perampokan dan lain sebagainya. Sudah barang tentu kondisi *force-majeure* ini akan dihadapi oleh siapapun dalam menjalankan kegiatan usaha apapun. Sekali lagi dapat disimpulkan, bahwa resiko-ekonomis usaha penjualan suatu produk dalam format waralaba (*franchising*) ini adalah sangat kecil. Di samping itu, perikatan kerjasama antara pewaralaba (*franchisor*) dan terwaralaba (*franchisee*) dibuat berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, antara lain Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tgl. 29 Maret 2006 No.12/M-DAG/PER/3/2006 dihadapan seorang notaris, sehingga dapat dijamin kepastian hukumnya.

LAMPIRAN A :

I. Alat masak untuk memproduksi bakso dan variannya :

Kompas gas dan tabungnya, Penggorengan (wajan), Dandang Kuah, Tampah, Blender, Saringan, Sendok bakso, Pisau, Serok, Sutil, Irus, Kipas angin, Dandang, Telenan, Freezer, Rak peralatan dapur.

II. Alat di gerai penjualan

Cash register, Meja layanan (untuk menempatkan dandang dan etalase), Dandang saji, Meja makan, Kursi makan, Etalase (display bagi semua produk bakso dan variannya)/booth, Mangkuk, Sendok dan garpu, Tatakan kecil, Kipas Angin, Meja-kursi kasir, Jepit makanan, Gunting, Toples seledri & Toples Bawang goreng, Tempat sambel dan saos, Tempat tissue, Tempat tusuk gigi, Wastafel, Kompas gas beserta tabungnya, Nampan, Gelas saji, Sedotan, Tempat mangkuk, Lemari dingin untuk minuman kemasan/botol (bisa kerja sama dengan perusahaan minuman kemasan botol seperti : CocaCola, Teh-botol Sosro), Tempat garam, Papan untuk menuliskan daftar menu, Fotokopi/salinan sertifikat halal dalam suatu figura, Tempat sabun tangan, Tempat sabun cuci-mangkuk, sendok-garpu, dan perangkat lainnya.

III. Peralatan operator/pegawai/pramusaji

Seragam kerja pegawai, Topi, Celemek, Papan nama / tanda pengenalan, Serbet/kain lap, Sprayer pembersih meja/kaca, dan sarung-tangan karet.

IV. Perlengkapan promosi

(Bentuknya ditentukan oleh franchisor dan jumlahnya tergantung kondisi setempat)

Brosur/poster, Spanduk/banner, Umbul-umbul, Siaran radio/Koran atau media lain yang dapat dilihat dalam *Buku Panduan Umum Promosi*.

V. Paket bumbu dan bahan pendukung

(Volumenya akan ditentukan dan diatur kemudian oleh pihak franchisor)

Bumbu Kuah, Bumbu Bakso, Bumbu Sambal, Saos Malang, Kecap, Garam, Saos sambal, Kardus bumbu, Kantong plastik & Karet, Kantong plastik sambal & Saos, Kresek.

CATATAN :

Spesifikasi teknis dan jumlah peralatan yang diperlukan tergantung pada besarnya outlet, hal ini dapat dikonsultasikan kepada pihak pewaralaba (*franchisor*).

Pihak calon franchisee dapat melihat langsung model gerai, antara lain : bentuk interior dan exterior,

furniture, dan kelengkapan masak serta penyajian pada gerai kami di *Komplek Ruko depan SMPN 5 Jl. W.R. Supratman C-1 Kav. 13-14 Malang.*

KATA-KATA KUNCI

- ☞ Keputusan apakah permohonan calon terwaralaba (*franchisee*) diterima atau tidak adalah didasarkan pada hasil studi kelayakan (*feasibility study*) atau survey lapangan, bukan secara sembarangan hanya demi keuntungan sepihak.
- ☞ Studi-kelayakan (*feasibility study*) atau Survey-lapangan/pasar adalah suatu hal yang crucial, karena untuk melindungi kepentingan calon terwaralaba (*franchisee*) dan pewaralaba (*franchisor*).
- ☞ Jika berdasarkan hasil survey lapangan, pihak pewaralaba (*franchisor*) merekomendasi : layak (*feasible*) atau menguntungkan (*profitable*), maka “***jangan ragu-ragu***” memutuskan meneruskan investasi sebagai terwaralaba (*franchisee*) “Bakso Kota Cak Man”. Artinya, terwaralaba (*franchisee*) diperkirakan akan menerima laba kotor operasional sekitar 40% sampai dengan 50% dari hasil penjualan kotor, sehingga pengembalian modal (*return of invesment*) tidak lebih dari 2 tahun.
- ☞ Apabila berdasarkan hasil survey-lapangan, ternyata pewaralaba (*franchisor*) tidak merekomendasi calon tempat atau lokasi restoran/gerai/outlet, pihak calon terwaralaba (*franchisee*) dapat mencari calon tempat atau *lokasi lain* yang dianggap lebih baik.

“SEMOGA KITA SENANTIASA DALAM LINDUNGAN ALLAH SWT DAN MENDAPATKAN BERKAH DARI-NYA. AMIN”