

# Analisis Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba

Reva Yuliani

Universitas Widyatama Bandung  
Jl. Inhoftank No. 35A RT 05 RW 07 Bandung 40243  
reva.yuliani@ymail.com

**Abstract:** *This study aims to determine the interest of students, who have already studied an entrepreneurship course in the opportunities of the franchise business which has been growing in Indonesia. This study employed descriptive method. The results of this study are expected to provide systematic, factual and accurate analysis of the facts, as well as the nature of the phenomenon investigated from a problem to be solved. To measure and analyze the students' interest in franchise business opportunities questionnaires were distributed among 49 respondents, the students of the Faculty of Business and Management, the University of Widyatama in the academic year of 2013/2014. The statistical validation showed that all items were valid. The reliability test also showed that the instrument was reliable due to its reliability level of 0.881. Of the 49 respondents, 53.40% of respondents agreed that students who have had entrepreneurship course had favored business franchise opportunities. For some reasons, it is because they no longer thought about the products, raw materials, strategies, marketing systems, accounting systems, the existing operational systems, and the standard operating Procedures (SOP). The results of this study showed only 2.63% disagreed with franchise business opportunities.*

**Keywords:** *entrepreneur, interest*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat mahasiswa yang sudah mempelajari ilmu entrepreneurship melihat peluang bisnis waralaba yang sedang berkembang di Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta fenomena yang diselidiki dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Untuk mengukur dan menganalisis minat mahasiswa terhadap peluang bisnis waralaba disebarkan kuesioner pada 49 responden yaitu mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama tahun ajaran 2013/2014. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji validitas yang lebih besar dari 0,238 artinya semua item valid dan uji reliabilitas lebih besar dari 0,60 yaitu 0,881. Dari 49 responden, sebanyak 53,40% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan, minat mahasiswa yang sudah mendapatkan ilmu mengenai *entrepreneur* melihat peluang usaha waralaba sangat tinggi karena mereka berpikir tidak perlu memikirkan produk, bahan baku, strategi, sistem pemasaran, sistem pembukuan sampai dengan sistem operasional sudah ada *standard operating procedures* (SOP). Hasil penelitian ini menunjukkan hanya 2,63% yang mengatakan tidak setuju dengan peluang bisnis waralaba.

**Kata kunci:** *entrepreneur, minat*

Iklim ekonomi yang kian menggeliat beberapa tahun ke belakang membawa angin yang segar bagi perkembangan *entrepreneurship* di Indonesia. Sumber daya yang melimpah jelas menjadi modal utama bagi perkembangan dunia *entre-*

*preneurship* di Indonesia dalam beberapa tahun ke depan. Kondisi ini diharapkan dapat memunculkan *entrepreneur-entrepreneur* baru di jagat bisnis Indonesia, utamanya dari sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Dunia *entrepreneurship* merupakan dunia tersendiri yang unik. Itu sebabnya mengapa *entrepreneur* dituntut selalu kreatif, inovatif, dan berdaya saing di setiap waktu. Dengan bentuk mental yang demikian tidak mustahil akan terbukti bahwa ia betul-betul memiliki citra kemandirian. Memang diakui bahwa menjadi *entrepreneur* kreatif di saat krisis ekonomi merupakan suatu tantangan yang sangat berat. Namun demikian, tuntutan tersebut bukanlah sesuatu yang sangat berat bagi seseorang yang telah mengalami proses pembelajaran di bangku-bangku pendidikan secara benar. Untuk itu, semua masyarakat khususnya kalangan mahasiswa yang memiliki kreativitas dan bekal ilmu yang telah diperolehnya di dunia perkuliahan, diyakini memiliki mental dan berpengetahuan untuk ber-*entrepreneur* dibanding menggantungkan diri dengan berburu pekerjaan bersama jutaan pengangguran yang juga mencari kerja. Terkait fenomena tersebut, maka untuk menjadikan mahasiswa memiliki jiwa yang selayaknya dimiliki oleh seorang *entrepreneur* diperlukan jiwa dan perilaku ber-*entrepreneur* di kalangan para mahasiswa baik itu membuat bisnis sendiri atau mengembangkan bisnis yang sudah ada.

Di dalam dunia bisnis kini dikenal juga adanya praktik waralaba yang umumnya dilakukan oleh perusahaan yang melaksanakan kegiatan usaha di bidang jasa makanan dan minuman. Waralaba di Indonesia saat ini diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disingkat PP No. 42/2007). Dalam Pasal 1 Angka 1 PP No. 42/2007 tersebut disebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh 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 digu-

nakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Bentuk waralaba mulai banyak diminati karena kemudahan persyaratan dan kategori usaha yang mudah diterima masyarakat sehingga perkembangannya cukup pesat. Akan tetapi, usaha ini masih didominasi oleh para pihak asing atau para penanam produk asing (78,8%), di mana yang terbanyak adalah dari Amerika Serikat (sekitar 76%) dan sisanya sebesar 2% berasal dari Australia, Jepang, Singapura, Inggris, Filipina, Italia, Prancis, dan lain-lain. Sedangkan para pihak asing atau penanam produk asing di Indonesia tercatat hanya 21,2%. Kalau kita amati saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat kreatif menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha makanan modern, beberapa di antara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan atau di jalan utama lokasi yang strategis di tengah kota. Dalam hal ini, masyarakat calon pebisnis dengan cara waralaba, para pihak asing atau para penanam produk asing dan instansi pemerintah yang menangani dan memberikan perhatian pada bidang waralaba jangan sampai berkembang praktik menjual usaha waralaba yang asal-asalan sehingga tidak menghasilkan kualitas usaha yang baik dan akhirnya menjatuhkan citra sistem waralaba itu sendiri karena apabila dilihat dari segi bisnis usaha waralaba di Indonesia memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi. Sekitar 65% pembeli lisensi waralaba berhasil mengembalikan usahanya dan tidak sekadar balik modal. Berikut pertumbuhan waralaba yang sudah berkembang di Indonesia sebagai berikut.

Hal ini bisa dimungkinkan karena usaha waralaba biasanya lahir dari usaha yang awalnya sederhana. Sehingga diperkirakan pertumbuhan jenis usaha yang mewaralabakan usahanya akan terus melaju pada tahun-tahun berikutnya, yaitu

Tabel 1 Pertumbuhan Waralaba di Indonesia

Tahun	Asing	Lokal	Total
2005	237	129	366
2006	220	230	450
2007	190	49	239
2008	250	450	700
2009	220	477	697
2011	255	450	705
2012	270	525	795
2013	308	567	875
<b>Total</b>	<b>1950</b>	<b>2877</b>	<b>4827</b>

Sumber: Kementerian Perdagangan 2005 sampai dengan 2013

di mana waralaba akan menjadi *trend* bisnis yang akan terus berkembang, perkembangan industri waralaba di Indonesia tidak lepas dari meningkatkan publikasi dan sosialisasi, tantangannya terletak pada wawasan para pelaku yang perlu ditingkatkan. Contoh yang sangat mudah adalah usaha makanan yang sudah banyak kita temukan baik lokal maupun asing seperti: Indo-

mart, Pizza Hut, Mc Donald, KFC, Wendy's, Es Teller 77 dan masih banyak lagi usaha waralaba lainnya. Modal awal untuk usaha waralaba tersebut lebih dari 10 juta, mungkin bagi waralaba yang memiliki modal cukup besar dapat mengambil usaha tersebut. Tetapi bagi calon waralaba yang mungkin dana yang dimilikinya belum terlalu besar jangan khawatir sekarang ini dengan modal 5–10 juta rupiah sudah bisa membuka usaha waralaba bahkan sukses. Seperti baru-baru ini kita sering melihat waralaba seperti usaha makanan atau minuman yang sederhana tetapi menjanjikan karena selain modal awal yang bisa dikatakan cukup terjangkau juga banyak sekali peminatnya seperti Ice Cincau Cappuccinno lengkap dengan modal usaha 2,7 juta yang sangat laris dicari orang dan menjadi peluang usaha yang besar karena tidak perlu menyediakan tempat yang besar untuk menjualnya. Berikut beberapa contoh waralaba yang sudah ada dan berkembang di Indonesia dengan modal yang terjangkau.

Tabel 2 Daftar Nama Bisnis Waralaba dengan Modal yang Terjangkau

No.	Nama Waralaba	Kategori Waralaba	Tahun Berdiri	Jumlah Galeri	Modal Minimal (Rp)	B. Waralaba	B. Royalti	B. Adm
1	TOPER CREPES	Makanan & Minuman	2007	610	6.500.000,-	-	-	-
2	TAHU KREESS	Makanan & Minuman	2008	1500	2.200.000,-	-	-	-
3	Sembak Coffee	Makanan & Minuman	2009	410	9.500.000,-	-	-	-
4	PASCO	Makanan & Minuman	2010	934	7.000.000,-	-	-	-
5	Mie Ayam Gerobakan	Makanan & Minuman	2010	107	7.500.000,-	-	-	-
6	KUCH2HO TAHU	Makanan & Minuman	2011	765	8.500.000,-	-	-	-

Sumber: [www.waralabaku.com](http://www.waralabaku.com), diakses pada tanggal 01 Desember 2014

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Nazir (2005: 54) “metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun sekelompok kelas peristiwa pada masa sekarang”.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama sebanyak 491 orang yang sudah mengambil mata kuliah *entrepreneurship* pada semester genap dan tahun ajaran 2013/2014, yang ini merupakan objek penelitian. (Data diperoleh dari kepala akademik mahasiswa Universitas Widyatama pada tanggal 23 Desember 2014).

Sampel yang diambil dari populasi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen dapat diketahui bahwa dari jumlah anggota populasi sebanyak 491 orang dengan menggunakan tingkat kesalahan 10% maka ditemukan jumlah sampelnya sebanyak 49 orang.

Berikut adalah hal-hal yang tak boleh terlewatkan saat menjalankan proses pengumpulan data yaitu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang dikuantitatifkan (skoring). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui Penelitian Lapangan yaitu penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui daftar pertanyaan (kuesioner) yaitu daftar pernyataan mengenai gambaran umum dari responden di mana tiap pertanyaan mempunyai jawaban mempunyai nilai guna mendapatkan data primer.

Kemudian teknik-teknik yang harus diperhatikan dalam proses mengolah data salah satunya adalah pengukuran skala. Alat ukur yang

digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Sekaran (2006:31) “skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomenal sosial”. Adapun bentuk penilaian jawaban dari kuesioner sebagai berikut.

Tabel 3 Kriteria Penilaian Jawaban Responden

Jawaban Responden	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah

Dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Kemudian berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka diajukan beberapa pertanyaan pada responden mengenai minat usaha waralaba. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut.

Sangat Setuju (SS) : diberi bobot nilai 5  
 Setuju (S) : diberi bobot nilai 4  
 Cukup Setuju (CS) : diberi bobot nilai 3  
 Tidak Setuju (TS) : diberi bobot nilai 2  
 Sangat Tidak Setuju (STS): diberi bobot nilai 1

Dalam penelitian ini, penulis menentukan kelas interval sebanyak 5 interval yang digunakan untuk menyimpulkan mengenai minat usaha waralaba. Adapun rumus yang digunakan menurut Riduwan (2003: 71) adalah sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

Keterangan:

P : Panjang kelas interval

Rentang : Data terbesar dikurangi data kecil

Banyak kelas interval : 5

Berdasarkan rumus tersebut maka panjang kelas interval adalah:

$$P = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,80 – 2,59 = Tidak Setuju (TS)

2,60 – 3,39 = Cukup Setuju (CS)

3,40 – 4,19 = Setuju (S)

4,20 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Statistik Deskriptif

### Uji Validitas

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Berdasarkan data perhitungan SPSS 17 diketahui bahwa seluruh item lebih besar dari r Tabel sebesar 0,238 yang menurut Sugiyono (2004) jika lebih besar dari r Tabel, maka poin pertanyaan tersebut dianggap valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.

### Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS. Langkah yang ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Reliabilitas dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.60. maka poin pertanyaan tersebut dianggap reliabel. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	49	2.00	5.00	3.6939	.68325
P2	49	2.00	5.00	3.8980	.74288
P3	49	2.00	5.00	3.6327	.83401
P4	49	3.00	5.00	3.7347	.72960
P5	49	2.00	5.00	3.8367	.74574
P6	49	2.00	5.00	3.5510	.91427
P7	49	2.00	5.00	3.3469	.69375
P8	49	2.00	5.00	3.4082	.67449
P9	49	1.00	5.00	3.6735	.74688
P10	49	2.00	5.00	3.6122	.78571
P11	49	2.00	5.00	3.5306	.73886
P12	49	1.00	5.00	3.5510	.76543
P13	49	2.00	5.00	3.7143	.67700
P14	49	2.00	5.00	3.6735	.74688
P15	49	2.00	5.00	3.8163	.66688
P16	49	2.00	5.00	3.7551	.72257
P17	49	3.00	5.00	3.6327	.63554
Valid N (listwise)	49				

Sumber: Data diolah

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Minat Mahasiswa Terhadap Peluang Bisnis Waralaba**

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0.623	0.238	VALID
P2	0.507	0.238	VALID
P3	0.524	0.238	VALID
P4	0.535	0.238	VALID
P5	0.681	0.238	VALID
P6	0.534	0.238	VALID
P7	0.542	0.238	VALID
P8	0.512	0.238	VALID
P9	0.531	0.238	VALID
P10	0.650	0.238	VALID
P11	0.410	0.238	VALID
P12	0.308	0.238	VALID
P13	0.477	0.238	VALID
P14	0.604	0.238	VALID
P15	0.570	0.238	VALID
P16	0.345	0.238	VALID
P17	0.449	0.238	VALID

Sumber: Data diolah

**Tabel 5 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,881	0,882	17

Sumber: Data diolah

Dari hasil perhitungan dengan SPSS di dapat nilai 0.881 yang berarti Cronbach's Alpha > 0.60. dengan demikian dapat dikatakan semua item reliabel sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

Berdasarkan Tabel 6 dapat dijelaskan, antara lain sebanyak 14,80% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53,40% menyatakan setuju, dan yang cukup setuju sebanyak 29,10% responden dengan pernyataan merasa setuju dan berminat dan melihat peluang yang besar untuk

menjalankan bisnis waralaba, karena bisnis waralaba tidak perlu repot untuk membuat standar produk atau bahan baku, sistem pemasaran, sistem pembukuan sampai dengan operasional usaha hanya tinggal menjalankan bisnisnya saja, namun sebanyak 2,63% dari mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini terjadi karena mereka beranggapan ada peluang bisnis lainnya yang bisa dijalankan selain usaha waralaba seperti membuka usaha sendiri atau mencari pekerjaan.

Tabel 6 Hasil Rekapitulasi Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba

Tanggapan	Jumlah	Bobot	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	90	5	450	14,80
Setuju (S)	406	4	1624	53,40
Cukup Setuju (CS)	295	3	885	29,10
Tidak Setuju (TS)	40	2	80	2,63
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1	2	0,07
<b>Total</b>			<b>3041</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Banyak mahasiswa yang memang sudah mengambil mata kuliah *entrepreneurship* secara teori mahasiswa sudah mengerti bagaimana cara ber-*entrepreneur* tapi secara praktik banyak mahasiswa yang masih ragu-ragu untuk memulai usaha, terlalu banyak mempertimbangkannya, oleh karena itu dengan adanya usaha waralaba ini dapat membantu mahasiswa untuk memulai usahanya dan melihat peluang yang besar dari sebuah bisnis waralaba karena selain modal awal usaha yang terjangkau waralaba memiliki dua sisi koin, pertama adalah peluang bisnis (*business opportunity*), sisi kedua adalah metode perluasan pasar dengan modal rendah.

Berdasarkan hasil penelitian minat mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama tahun ajaran 2013/2014 yang sudah mendapatkan ilmu mengenai *entrepreneur* melihat peluang usaha waralaba sangat tinggi karena mereka berpikir tidak perlu memikirkan produk, bahan baku, strategi, sistem pemasaran, sistem pembukuan sampai dengan sistem operasional karena sudah ada SOP (*Standard Operating Procedures*), dari 49 responden sebanyak 14,80% menyatakan sangat setuju, 53,40 % menyatakan

setuju, 29,10% menyatakan cukup sesuai, 2,63% menyatakan tidak sesuai dan 0,07% menyatakan sangat tidak sesuai. Terlihat bahwa lebih dari 50% mahasiswa sangat antusias dan berminat terhadap peluang bisnis waralaba dan hanya 0,07% saja mahasiswa yang tidak setuju maka penulis dapat menyimpulkan minat mahasiswa masuk dalam kategori tinggi. Pengujian validitas hasil yang diperoleh lebih besar dari 0,238 dan pengujian reliabilitas lebih besar dari 0,881 sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

### Saran

Adapun saran penulis dalam penelitian ini. Sebaiknya bagi mahasiswa yang memang berminat untuk membuka usaha waralaba harus bisa lebih selektif untuk memilih pewaralaba yang memang bisa membantu mereka untuk mengembangkan bisnis, mulai dari mempersiapkan, membuka sampai dengan menjalankan usaha dan meraih keberhasilan usaha.

## DAFTAR RUJUKAN

Daftar Nama Bisnis Waralaba. 2014. (Online), ([www.waralabaku.com](http://www.waralabaku.com)), diakses pada tanggal 01 Desember 2014.

Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian, Edisi Keenam*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Riduwan, M. 2003. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: CV Alfabeta.

Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono, D. R. 2004. *Edisi Keenam, Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.