

# Estimasi Keuangan Bisnis Waralaba dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Studi Kasus di Kota Denpasar)

Ida Ayu Anggawulan Saraswathi<sup>(1)</sup>

Wenni Wahyuandari<sup>(2)</sup>

Henny Rakhmawati<sup>(3)</sup>

I Gede Bayu Wirayudha<sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

<sup>(2)(3)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

<sup>(4)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tabanan

e-mail: [anggawulansaraswathi@gmail.com](mailto:anggawulansaraswathi@gmail.com)

Diterima: 2 Juli 2024	Direvisi: 12 Agustus 2024	Disetujui: 22 Agustus 2024
-----------------------	---------------------------	----------------------------

## ABSTRACT

*Financial estimates for a business are important for the company's sustainability in the future, so it becomes the main plan for the company's sustainability. The estimated financial statements projected at the beginning are very good for the company in the future. They are used to see the company's sustainability during the business journey from performance management which shows the business operations and financial management which shows the company's liquidity. Based on the instructions that have been presented, this paper aims to create and identify and estimate the finances of a franchise business plan in the aspect of reviewing the feasibility aspect of the business with the estimated income ratio aspect and the existence of cost elements. This research method is a descriptive method, namely by describing the estimated possibilities so that a statement can be formed that will be projected.*

**Keywords:** *Financial Estimates, Business Opportunity, Business Plan, MSME*

## ABSTRAK

Estimasi keuangan pada suatu usaha merupakan hal yang penting untuk keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang maka menjadi perencanaan utama untuk keberlangsungan perusahaannya. Estimasi laporan keuangan yang diproyeksikan diawal ini sangat baik kedepannya untuk perusahaan digunakan untuk melihat keberlanjutan perusahaan selama masa perjalanan bisnis dari manajemen kinerja yang menunjukkan sisi operasional usaha dan manajemen keuangan yang menunjukkan likuiditas perusahaan. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan penulisan ini bertujuan untuk membuat dan mengidentifikasi serta estimasi keuangan rencana bisnis waralaba dalam aspek meninjau dari aspek kelayakan bisnis dengan aspek rasio pendapatan yang diestimasi serta adanya unsur biaya. Metode penelitian ini adalah dengan metode deskriptif, yaitu dengan menggambarkan kemungkinan yang diestimasi sehingga dapat membentuk suatu pernyataan yang akan diproyeksikan.

**Kata kunci:** *Estimasi Keuangan, Business Opportunity, Business Plan, UMKM.*

## Pendahuluan

Dengan terus majunya teknologi informasi yang canggih, generasi milenial saat ini sangat peka dan responsif dalam memajukan perekonomian Indonesia, khususnya dengan terjun langsung di bidang proses bisnis serta usaha dari lingkungan mikro, kecil, dan menengah selanjutnya disebut (UMKM). Saat ini UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia, yakni mencapai 60% (Windusancono, 2021). Meski banyak perusahaan besar yang bangkrut dimasa telah berlangsungnya pandemi COVID-19 yang telah terjadinya banyak bisnis yang mengalami ketidak pastian dalam proses keberlangsungan bisnis, namun usaha UMKM berhasil bertahan dan bahkan ada yang tumbuh dengan pesat (Anita, 2022). Oleh karena itu, pelaku UMKM secara konsisten menjadikan salah satu unsur yang dapat penyelamatkan negara kita Indonesia dalam bidang perekonomian (Hasan *et al.*, 2021).

Minat terhadap usaha mikro terus mendominasi di masa pandemi dan tumbuh positif seiring dengan upaya pemerintah dalam melakukan berbagai kebijakan yang ditujukan untuk pemulihan perekonomian nasional dari dampak pandemi COVID-19 (Respatiningsih *et al.*, 2020). Menyikapi perkembangan UMKM, pemerintah memprakarsai program untuk dapat menjadikan dan mending masyarkan dapat meningkatkan peluang usaha maka dipandang penting memperhatikan aspek dari minat beli konsumen sekaligus kedepannya dapat membantu pemilik industri waralaba dapat meningkatkan omzet penjualan serta memperluas usaha kedepannya dan mendukung calon wirausaha untuk dapat terus menumbuhkan ide bisnisnya dalam memilih usaha yang sesuai dengan toleransi risiko dan permodalan. Banyak usaha waralaba atau peluang bisnis di Indonesia yang dimotori oleh UMKM. Untuk membakukan pemahaman, klasifikasi UMKM ditetapkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Atsar dan Fadlian, 2021). Klasifikasinya didasarkan pada omzet tahunan, hal ini dapat menunjukkan sisi asset dan kelayakannya, serta seberapa banyak pekerja atau karyawan yang dipekerjakan. Dari pengkategorian saha yang tidak tergolong usaha usaha besar juga termasuk dalam kategori yang digolongkan menjadi UMKM yang dimana dalam penyebutannya dikategorikan usaha yang besar dalam golongannya (Candra, 2022). Dalam bisnis waralaba adalah dari sekian banyak sektor usaha di negara Indonesia sektor waralaba yang dapat masih cenderung tumbuh memperkuat perekonomian dalam negeri (Elzagi *et al.*, 2023). Dalam berjalannya sebuah bisnis perlu banyak pengembangan ide bisnis yang diperlukann salah satunya adalah franchise hal ini dipandang menjadikan opsi baru bagi pengusaha di negara Indonesia dimana konsep ini dapat menjanjikan ide keberlangsungan bisnis lebih efektif dan efesien dikarenakan secara konsep telah memiliki nama bisnis yang telah dikenan oleh masyarakat oleh karenanya dalam perjalanan bisnis hanya perlu mengembangkan bisnisnya.

Menurut sumber data yang diperoleh dari berbagai sumber salah satunya dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, sektor peluang usaha (BO) yang memberikan kontribusi terbesar terhadap beberapa industri pedagang (UMKM) yang melakukan konsep ide bisnis secara waralaba yang dimana bersumber dari beberapa sektor serta yang mendominasi adalah sektor makanan yang lebih familiar dilakukan dimasyarakat serta minuman yang juga tidak kalah banyaknya hal ini menunjukkan angka sekitar 58% yang diperoleh dari sumber data dipercaya, dan selanjutnya sektor ritel yang menyusuk. Banyaknya mencapai angka 15% setelah sektor makanan dan minuman. Pada tahun 2019, sektor peluang bisnis (BO) tercatat menghasilkan jumlah omset sebesar Rp 31,1 triliun yang diakumulasi hal ini menunjukkan bahwa sektor ini sangat menjadikan begitu pula hingga tahun 2020 jumlah omzet Rp 25 triliun yang dapat dicapai.

Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa meski terjadi COVID-19 hal ini tidak langsung berdampak sangat buruk bagi perusahaan usahawa waralaba dari mulainya pendapatan yang turun, bahkan sektor waralaba ini mampu memperoleh angka penjualan yang memuaskan. Tahun 2020, dengan kondisi yang banyak tantangan serta ditengah ketidak stabilan ekonomi, sektor bisnis waralaba dapat menyumbangkan sebanyak 1,9% untuk sumber PDB Negara Indonesia. PDB mengacu pada total yang didapatkan dari suatu usaha utamanya bergerak dibidang barang dan jasa kurun waktu penilaian periode yang ditentukan, biasanya ada yang 6 bulan atau satu tahun. Bisnis dari industri waralaba serta masih mampu membantu setidaknya masyarakat tidak kehilangan pekerjaan tercatat sebanyak 154.674 pekerja yang masih mampu dan dapat bekerja di tahun 2019 bahkan hingga tahun 2020 sebanyak 50.732. Angka tersebut tentu sangat menggembirakan bagi banyak pihak. Dan sisi lain juga dapat dijelaskan pada tahun 2019 masih tercatat ada 38.266 jumlah gerai yang baru dibuka, serta pada tahun 2020 sebanyak 17.850 dibukanya gerai kembali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya gerai yang dibuka maka semakin banyak membuka lowongan pekerjaan (Nugroho dan Kusumasari, 2022).

Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyatakan industri waralaba terus berkembang. Meskipun adanya situasi pandemic bisnis waralaba ini masih dapat tumbuh sebanyak 3% tercatat membantu pertumbuhan ekonomi (data didapat laporan Departemen Perdagangan pada tahun 2021) (Sariyani *et al.*, 2022). Dengan adanya pengendalian kasus COVID-19 dilakukan secara efektif telah meningkatkan industri waralaba berpotensi membaik pada tahun 2022 (Sari *et al.*, 2022). Industri waralaba diprediksi akan memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia dan tumbuh sebesar 5% setiap tahunnya (Rohmansyah *et al.*, 2023). Ditahun 2021 tercatat sebanyak 93.372 gerai industri waralaba yang tersebar diseluruh negara Indonesia dan yang menunjukkan hal baik lainnya tercatat jumlah omzet industri waralaba sebanyak Rp 54,4 triliun dan mampu

menyerap lapangan kerja sebanyak 628.622 orang yang dipekerjakan (Rumbianingrum dan Wijayangka, 2018).

Seperti telah dijelaskan pada penjelasan sebelumnya, model bisnis waralaba menunjukkan potensi yang cukup besar. Jika UMKM dengan tekun fokus mengembangkan usahanya, kemungkinan besar mereka akan mencapai ekspansi melalui sistem waralaba (Karem *et al.*, 2024). Perencanaan keuangan merupakan komponen penting dari strategi bisnis yang komprehensif (Purnama dan Simarmata, 2021). Hal ini memainkan peran penting dalam mengevaluasi keberlanjutan ide bisnis, memastikan kelangsungan keuangan perusahaan seiring kemajuannya menuju kedewasaan, dan menyediakan kerangka kerja untuk pengambilan keputusan yang tepat (Tentama *et al.*, 2024).

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis berfungsi untuk mengevaluasi kesehatan keuangan perusahaan. Evaluasi ini meliputi perolehan sumber pendanaan (sumber dana), perkiraan atau estimasi pendapatan, jenis investasi, dan biaya-biaya terkait yang timbul sepanjang periode investasi. Selain itu hal yang menjadikan sebuah proyeksi laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca, dan arus kas (Ariza dan Aslami, 2021). Aspek keuangan tersebut dapat diberikan penilaian apakah sebuah usaha dapat dinyatakan layak atau tidak untuk dijalankan, dengan menggunakan beberapa alat analisis (Damayanti *et al.*, 2024). Dengan adanya perencanaan keuangan yang baik maka akan menjauhkan perusahaan dari kebangkrutan dan mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam mengembangkan bisnis. Perencanaan keuangan dibutuhkan supaya dapat memperoleh tujuan keuangan dengan menyeluruh dan termasuk seluruh siklus kehidupan, baik dari sekarang ataupun nanti (Kadani, 2020).

Jika tidak adanya perencanaan pasti serta komprehensif dan akurat, kekacauan keuangan bisa saja terjadi. Tujuan dari komitmen ini adalah untuk memastikan pentingnya perencanaan keuangan ini sangat memerlukan prinsip dan serta melihat kondisi internal lingkungan dalam perusahaan (Ridzal *et al.*, 2023). Menerapkan dalam meakukan fungsi perencanaan keuangan sangat penting sebelum meluncurkan bisnis untuk mempertahankan fokus dan memastikan bahwa semua operasi bisnis tetap selaras dengan arah yang diharapkan, terutama ketika muncul tantangan yang tidak terduga. Perencanaan keuangan membekali perusahaan dengan kemampuan mengantisipasi dan memproyeksikan aktivitas keuangannya secara efektif guna mengetahui perkembangan bisnis waralaba yang ditekuni oleh para pengusaha yang merupakan salah satu dari sekian bisnis yang tetap masih mampu bertahan ditengan situasi ketidak pastian yang saat ini mengguncang negara-negara salah satunya adalah negara indonesia.

Penelitian ini berfokus pada analisis estimasi keuangan bisnis waralaba dalam konteks pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dengan studi kasus yang terletak di Kota Denpasar. UMKM berperan strategis dalam perekonomian nasional, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM, saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Sektor usaha ini juga mampu menyerap sebesar 97% dari total tenaga kerja, serta dapat menghimpun sampai dengan 60,42% dari total investasi di Indonesia, akan tetapi kontribusi UMKM tersebut belum diikuti dengan besarnya penyaluran kredit yang masih berkutat di angka 20%. Faktor penyebabnya antara lain karena sulitnya persyaratan pengajuan kredit dan usaha yang tidak memenuhi ketentuan layak untuk mendapatkan kredit perbankan. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik tahun 2020, sekitar 69,02% UMKM mengalami kesulitan permodalan di saat pandemi Covid-19. Sementara, menurut laporan pengaduan ke Kemenkop UKM per Oktober 2020, sebanyak 39,22% sektor UMKM mengalami kesulitan permodalan selama pandemi COVID-19 (Yosephus, 2022). UMKM sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses ke pembiayaan dan pengelolaan keuangan yang kurang efektif, yang menghambat potensi pertumbuhan dan keberlanjutannya. Model bisnis waralaba muncul sebagai solusi potensial yang menawarkan kerangka kerja yang telah teruji dan dukungan operasional dari franchisor, sehingga dapat mengurangi risiko bisnis bagi pelaku UMKM. Fenomena yang ditemukan dalam pengembangan UMKM di Denpasar mencakup tingkat persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan inovasi yang tinggi.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Denpasar memegang peranan krusial dalam perekonomian lokal, terutama sebagai salah satu kontributor utama devisa melalui sektor pariwisata. Pertumbuhan pembangunan berbasis budaya lokal telah menjadikan Kota Denpasar sebagai salah satu destinasi wisata utama di Bali, baik untuk wisatawan domestik maupun internasional. Perkembangan sektor pariwisata ini berdampak positif pada perekonomian daerah, termasuk pada sektor UMKM. Dari tahun ke tahun, UMKM di Kota Denpasar menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, memberikan dampak positif dalam hal penyerapan tenaga kerja, pemerataan pembangunan, serta peningkatan pendapatan domestik regional bruto, selain itu, sektor pariwisata juga berpotensi untuk mendorong semangat kewirausahaan di kalangan warga Kota Denpasar, mendorong mereka untuk memulai usaha yang berlandaskan pada kearifan lokal. Sebagai kota metropolitan, Denpasar mengalami pertumbuhan UMKM yang pesat, dengan kenaikan mencapai 175,52% antara tahun 2019 dan 2020. Jumlah unit usaha meningkat dari 11.500

menjadi 31.685. UMKM di daerah ini dikategorikan dalam empat sektor utama: perdagangan, aneka usaha, industri pertanian, dan industri non-pertanian. Meskipun demikian, para pelaku UMKM di Denpasar menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha mereka. Kendala-kendala tersebut meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kesulitan dalam memperoleh modal, masalah terkait bahan baku dan produksi, serta persaingan pasar yang ketat. Selain itu, biaya pemasaran yang tinggi dan meningkatnya penggunaan barang impor juga menjadi hambatan signifikan bagi pelaku UMKM di kota ini (Priyatna, 2023). Di sisi lain, UMKM di Kota Denpasar masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi pengembangan yang inovatif dan berbasis kolaborasi untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing UMKM di Denpasar. Potensi bisnis waralaba sangat relevan mengingat pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi yang cepat di kawasan ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana model waralaba dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM dengan lebih efektif. Ini mencakup analisis tentang sejauh mana waralaba dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM, termasuk aspek pendapatan, profitabilitas, dan efisiensi operasional. Penelitian ini juga mengeksplorasi kontribusi waralaba terhadap pembangunan ekonomi lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja dan peningkatan daya saing lokal. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data empiris dari pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam sistem waralaba, serta wawancara mendalam dengan franchisor dan praktisi/pemerhati yang berfokus pada pengembangan UMKM di Kota Denpasar. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas dan tantangan dalam penerapan model bisnis waralaba dalam konteks UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pembuat kebijakan, franchisor, dan pelaku UMKM dalam merancang strategi pengembangan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan, dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan berkontribusi pada literatur akademis mengenai UMKM dan waralaba, tetapi juga memberikan dampak praktis yang signifikan dalam upaya meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi UMKM di Kota Denpasar.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, bertujuan untuk menjelaskan aspek-aspek dari berbagai permasalahan yang diteliti mengenai uraian fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya dan menambahkan sumber informasi dari berbagai sumber baik secara kualitatif dan kuantitatif yang akan diuji kebenarannya dengan mengacu pada literatur yang mendukung penelitian ini yakni mengenai perencanaan keuangan dimana data-data yang diperoleh dijadikan sebuah kuisisioner yang akan disebarkan kepada responden untuk mendapatkan jawaban. Sampel penelitian ini terdiri dari

20 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang berlokasi di Kota Denpasar. Dalam melakukan estimasi, penelitian yang ditulis ini dapat memberikan manfaat sumber data yang berbentuk primer. Berbagai sumber data yang diperoleh yakni adalah data yang berbentuk primer diperoleh dari berbagai Teknik salah satunya ada Teknik wawancara. Berbeda dengan percakapan sehari-hari, wawancara dalam konteks penelitian dirancang untuk mengumpulkan informasi dari perspektif yang satu sisi. Peneliti biasanya memfokuskan wawancara untuk mengeksplorasi dan mengungkapkan perasaan, persepsi, serta pemikiran partisipan (Rachmawati, 2007), serta menggunakan Teknik observasi lapangan. yang tertuju di sektor unit usaha UMKM yang sedang berjalan untuk menganalisis komponen keuangan yang perlu dipandang penting mempengaruhi tingkat pendapatan sektor waralaba serta melakukan prediksi mengenai perencanaan keuangan untuk menjamin keberlanjutan usaha. Langkah-langkah dan proses telah dilakukan oleh peneliti meliputi:

- a. Mengevaluasi kondisi keuangan UMKM yang beroperasi saat ini
- b. Membantu UMKM dalam menetapkan sasaran berdasarkan perkiraan keuangan
- c. Membimbing pelaku UMKM dalam menyusun rencana keuangan berdasarkan arus kas
- d. Memberikan edukasi kepada UMKM tentang langkah-langkah proses perencanaan dalam pengelolaan keuangan yang ada unsur pengeluaran, pendapatan serta biaya lainnya.

Penelitian ini mengikuti etika penelitian dengan memastikan kerahasiaan dan anonimitas responden. *Informed consent* diperoleh dari semua partisipan sebelum pengumpulan data dimulai.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Perencanaan keuangan diakui sebagai pilar penting untuk memastikan keberlanjutan suatu bisnis. Perencanaan keuangan yang tepat serta perhitungan rasio keuangan dan komponen keuangan lainnya yang cermat dapat menjadi pedoman bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Setiap kegiatan usaha pada dasarnya bergantung pada modal atau pembiayaan; tidak ada bisnis yang bisa berjalan tanpa modal. Oleh karena itu, keakuratan perhitungan keuangan dan ketersediaan dana berperan penting dalam menentukan efisiensi operasional suatu perusahaan. Kemampuan pengelolaan keuangan, khususnya dalam perencanaan keuangan, merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), melalui peningkatan pengetahuan perencanaan keuangan mereka.

Hasil observasi awal kepada salah satu pemilik sebuah waralaba makanan cepat saji yang telah beroperasi selama dua tahun di Kota Denpasar saat wawancara mendalam pada tanggal 17 Oktober 2022 berpendapat:

“Sebagai pemilik UMKM, saya merasa bahwa model bisnis waralaba memberikan banyak keuntungan, terutama dalam hal standar operasional dan pemasaran. Dukungan dari franchisor sangat membantu dalam memulai bisnis ini, terutama karena kami tidak perlu membangun merek dari awal. Secara finansial, waralaba telah memberikan keuntungan yang stabil setiap bulan. Dalam dua tahun terakhir, pendapatan kami meningkat sekitar 20% setiap tahunnya. Dukungan dalam manajemen keuangan dari franchisor sangat membantu kami dalam mengatur *cash flow* dengan lebih baik. Meskipun ada banyak keuntungan, ada tantangan juga, terutama terkait dengan biaya royalti dan keterbatasan inovasi. Kami harus membayar biaya royalti yang cukup tinggi, dan ada batasan dalam hal memodifikasi produk sesuai selera lokal.”

Observasi kedua dilanjutkan dengan manajer pengembangan bisnis di sebuah perusahaan waralaba yang memiliki banyak mitra UMKM di Kota Denpasar. Adapun hasil dari wawancara mendalam yang kami lakukan dengan pihak *Franchisor* yang dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2022 yaitu:

“Sebagai *franchisor*, kami berkomitmen untuk memberikan pelatihan, dukungan operasional, dan strategi pemasaran kepada semua mitra kami. Kami percaya bahwa dengan memberikan dukungan yang kuat, mitra kami dapat lebih fokus pada pengembangan bisnis lokal mereka. Model waralaba kami dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas. Banyak mitra kami melaporkan peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis yang lebih cepat setelah bergabung dengan jaringan kami. Salah satu tantangan terbesar adalah memastikan konsistensi kualitas di semua outlet. Kami terus bekerja sama dengan mitra kami untuk memastikan bahwa standar operasional dipenuhi.”

Observasi lanjutan yang kami laksanakan agar mendapat hasil penelitian yang komprehensif yaitu melakukan wawancara dengan praktisi/pemerhati yang berfokus pada pengembangan UMKM di Kota Denpasar. Adapun hasil petikan wawancara kami yang dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2022 yaitu:

“Waralaba dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk pengembangan UMKM, terutama dalam hal mengurangi risiko bisnis dan meningkatkan daya saing. Namun, penting bagi UMKM untuk memilih waralaba yang sesuai dengan pasar lokal dan memiliki dukungan yang memadai dari *franchisor*. Dalam konteks perekonomian di Kota Denpasar, waralaba telah berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan kualitas layanan, namun, perlu ada keseimbangan antara mengadopsi model waralaba dan menjaga kreativitas serta inovasi lokal. Saya merekomendasikan agar pemerintah Kota Denpasar memberikan insentif bagi UMKM yang ingin bergabung dengan waralaba, serta menyediakan pelatihan tambahan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan keuangan.”

Komponen perencanaan keuangan dalam bisnis waralaba meliputi perencanaan pendapatan yang berasal dari rencana pemasaran, perencanaan biaya yang terkait dengan pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia. Di sisi lain, perencanaan investasi, kebutuhan modal, dan pembiayaan ditentukan berdasarkan analisis perencanaan pendapatan dan biaya terkait. Perencanaan pendapatan melibatkan proses memperkirakan pendapatan yang perlu dicapai di masa



depan, yang dapat disusun secara bulanan, triwulanan, atau tahunan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan pendapatan antara lain kondisi ekonomi, demografi konsumen, persaingan, dan perubahan strategi perusahaan. Berikut ini diuraikan proses perencanaan pendapatan pada bisnis waralaba:

**Tabel 1. Rencana Bisnis Pendapatan Waralaba**

No	Keterangan	Jumlah
1	Iklan halaman utama	485
2	Iklan pendukung	430
3	Konsultasi bisnis	750
4	Komosi penjualan	1.105
5	Workshop UMKM	524
<b>Total</b>		<b>3.924</b>

Sumber: data diolah (2022)

Perencanaan biaya melibatkan proses peramalan pengeluaran di masa depan, yang meliputi biaya pemasaran, biaya sumber daya manusia, dan biaya operasional. Perkiraan perencanaan biaya Bisnis Waralaba dirinci sebagai berikut.

**Tabel 2. Perencanaan Biaya Marketing**

No	Keterangan	Jumlah
1	Iklan digital	150
2	Fee konsultan	130
3	Pameran/boot	70
4	Gaji tim	110
<b>Total</b>		<b>450</b>

Sumber: data diolah (2022)

**Tabel 3. Perencanaan Biaya Operasi**

No	Keterangan	Jumlah
1	Pendapatan periode 5 tahun	43
<b>Total</b>		<b>43</b>

Sumber: data diolah (2022)

Proyeksi keuangan berfungsi sebagai rencana anggaran pendapatan dan belanja perusahaan dan dimaksudkan dengan menunjukkan sajian data yang digambarkan peredaran keuangan suatu perusahaan. Perkiraan ini berisi mengenai bagaimana cara memprediksi proses aliran keuangan mulai dari anggaran modal pengeluaran serta biaya lainnya yang dapat mempengaruhi proses perjalanan bisnis usaha waralaba ini sehingga adanya penelitian ini dapat membantu para pelaku bisnis khususnya sektor bisnis waralaba yang ada di kota Denpasar. Perkiraan laporan keuangan untuk perusahaan waralaba mencakup perkiraan laporan laba rugi dan neraca periode lima tahun perhitungan neraca keuangan yang dipergunakan.

Sajian data laporan laba rugi merupakan laporan yang mengevaluasi kinerja perusahaan yang menunjukkan sisi tentang keuangan perusahaan atau keberhasilan kegiatan operasional suatu perusahaan selama periode waktu tertentu. Ini digunakan untuk menentukan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, proses perhitungan dan penilaian yang dikategorikan menghitung nilai wajar kredit. Selain itu, laporan ini memuat informasi untuk dapat memberikan sajian data kepada para pihak ketigan dari kreditur dan investor mengantisipasi hal yang perlu diketahui mulai dari jumlah dan begitupula waktu serta adanya ketidakpastian arus kas yang akan terjadi di masa depan. Perkiraan laporan laba rugi lima tahun untuk bisnis waralaba sesuai dengan perkiraan target pendapatan untuk periode yang sama, seperti yang digambarkan sebagaimana yang tersaji dalam tabel dibawah yang menguraikan analisa laporan laba rugi dalam kurun waktu lima tahun.

**Tabel 4. Proyeksi Laporan Laba Rugi**

No	Keterangan	Jumlah
1	Pendapatan periode 5 tahun	11.957
2	Beban merketing	2.009
3	Beban pra-operasi	75
4	Beban operasi	3.951
5	Pendapatan lain-lain	1.900
	<b>Laba/Rugi</b>	<b>9.973</b>

Sumber: data diolah (2022)

## Simpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, perencanaan keuangan sangat penting sebagai tolok ukur pertumbuhan perusahaan dan memungkinkan proyeksi tingkat kemajuan bisnis. Perencanaan keuangan memungkinkan kita mengevaluasi situasi perusahaan saat ini dan menggunakannya sebagai peta jalan untuk menyelaraskan kebutuhan modal dengan pertumbuhan bisnis yang diharapkan. Perencanaan keuangan juga dapat digunakan untuk memperkirakan arah pertumbuhan perusahaan dalam jangka waktu tertentu cukup menjawab permasalahan atau tujuan penelitian, atau dapat juga menghasilkan sebuah waktu, ukuran sampel, dan variabel penelitian semuanya membatasi ruang lingkup penelitian ini. Investigasi dimasa depan dalam bidang studi manajemen keuangan harus mempertimbangkan temuan-temuan ini dengan menciptakan kembali studi yang sebanding pada subjek yang berbeda atau melakukan penelitian yang identik pada subjek yang sama tetapi dengan lebih banyak variabel dan ukuran sampel yang lebih besar. Perubahan variabel dan ukuran sampel berpotensi mempengaruhi estimasi keuangan.

## Daftar Pustaka

Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 352–362. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>

- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834>
- Atsar, A., & Fadlian, A. (2021). Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKM Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1202–1210. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.4142>
- Candra, E. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(1), 363–371. <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i1.657>
- Damayanti, N. E., Zwageri, A. J., Putri, E. S., Amalinda, H. P., Angelita, I., Hermawan, N., & Maharani, N. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Outdoor Plus: Peningkatan Keberlanjutan UMKM Melalui Pendekatan Terpadu. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i1.1992>
- Elzagi, V., Yulianto, E., Febiana, A. R., Eviyani, E. R., Yeronica, F., Risvi, H., & Melissa, M. (2023). Analisis Strategi Bisnis Internasional Melalui Model Franchise pada McDonalds's di Pasar Indonesia. *Surakarta Management Journal*, 5(1), 71–77. <https://doi.org/10.52429/smj.v5i1.1089>
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Karem, N. A., Yuliani, Y., & Mutafarrida, B. (2024). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(4), 149–162. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1683>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Kerangka acuan kerja pengadaan jasa lainnya tenaga pendukung pengembangan kewirausahaan melalui sinergi dengan dunia usaha dan industri. Asisten Deputi Pengembangan Ekosistem Bisnis, Deputi Bidang Kewirausahaan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Jakarta.
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2). <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Purnama, E. D., & Simarmata, F. E. (2021). Efek Lifestyle Dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Keuangan Pada Perencanaan Keuangan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1567–1574. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.322>
- Priyatna, S. A. (2023). Pertumbuhan UMKM di Kota Denpasar. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15941/Pertumbuhan-UMKM-di-Kota-Denpasar.html>.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40.
- Respatiningsih, H., Arini, A., & Kurniawan, B. (2020). Kemampuan Adaptasi Umkm Di Era Revolusi Industri 4.0. *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 99–113.
- Ridzal, N. A., Malik, E., Sujana, I. W., & Octaviani, V. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3730–3740. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1952>
- Rohmansyah, A. M., Syah, T. Y. R., Iskandar, M. D., & Abadi, F. (2023). Proyeksi Keuangan Franchise Centre Indonesia dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2895–2903. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1647>

- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Almana*, 2(3), 156–164.
- Sari, N. M. M., Ardani, W., & Widani, N. M. (2022). Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Waralaba Produk Olahan Pangan Dimsum pada UMKM Gerobak Dimsum Bali. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.161>
- Sariyani, S., Mujahid, M., & Fapari, N. F. (2022). Manajemen Krisis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Restoran Fast Food PT PIZZA HUT Delivery Sultan Hasanuddin Gowa Selama Pandemi Covid-19. *Journals of Social, Science, and Engineering*, 1(2), 62–66.
- Tentama, F., Mulasari, S. A., Sukesi, T. W., Sulistyawati, Kurniawati, Damaiwanti, A., ... Sari, M. P. W. (2024). Faktor Kesiapan Berwirausaha pada Pelaku UMKM. *Psychopreneur Journal*, 8(1), 26–42. <https://doi.org/10.37715/psy.v8i1.4105>
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi FISIP UNTAG Semarang*, 18(1), 01–14. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i1.557>
- Yosephus, M. (2022). Dukungan memperkuat UMKM. Pusat Penelitian Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI. [https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu\\_sepekan/Isu%20Sepekan---II-PUSLIT-Februari-2022-2047.pdf](https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---II-PUSLIT-Februari-2022-2047.pdf)