

**ANALISIS INVESTASI WARALABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN
CEPAT SAJI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI
SEKTOR PERDAGANGAN DI INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

NAMA : DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI
NPM : 2005180030
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
KONSENTRASI : RISET EKONOMI DAN BISNIS

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Hasil Ujian Strata -I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Jumat, 14 Maret 2025, pukul 09.00 WIB
dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

NAMA : DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI
NPM : 2005180030
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JUDUL TUGAS AKHIR : ANALISIS INVESTASI WARALABA PADA PERUSAHAAN
MAKANAN CEPAT SAJI DALAM MENINGKATKAN
PERTUMBUHAN EKONOMI SEKTOR PERDAGANGAN DI
INDONESIA

DINYATAKAN : (A) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk
memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tim Penguji

Penguji I

(Drs. ROSWITA HAFNI, M.Si.)

Penguji II

(SRI ENDANG RAHAYU, S.E., M.Si.)

Pembimbing

(HASTINA FEBRIATY, S.E., M.Si.)

Panitia Ujian

Ketua

(Dr. E. JANERI, S.E., M.M., M.Si., CMA)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR ini disusun oleh :

NAMA LENGKAP : DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI
NPM : 2005180030
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
ALAMAT RUMAH : DUSUN XVII TAMBAK BAYAN SAENTIS
Judul Tugas Akhir : ANALISIS INVESTAS WARALABA PADA PERUSAHAAN
MAKANAN CEPAT SAJI DALAM MENINGKATKAN
PERTUMBUHAN EKONOMI SEKTOR PERDAGANGAN
DI INDONESIA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan
Tugas Akhir.

Medan, 12 Januari 2025

Pembimbing Skripsi

HASTINA FEBRIANTY, S.E., M.Si

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si

Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
NIM : 2005180030
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Alamat Rumah : Dusun XVII Tambak Bayan Desa Saentis
Judul Tugas Akhir : Analisis Investasi Waralaba Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan Di Indonesia

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Tugas Akhir	Paraf	Keterangan
12 Jan 2025	- Perbaiki kerangka konseptual - tambahkan teori di bab II - tambahkan Identifikasi Masalah - tambahkan Rumusan Masalah	[Signature]	
12 Jan 2025	- Perbaiki format penulisan - perbaiki Referensi - tambahkan Daftar Isi - perbaiki Anunsi Blank	[Signature]	
12 Feb 2025	- tambahkan Kertas bab II - tambahkan Variabel - tambahkan teori di bab II - tambahkan sitasi di Daftar - perbaiki bab IV Pembahasan - perbaiki Anunsi Blank	[Signature]	
12 Feb 2025	ACC Sidang	[Signature]	

Diketahui Oleh
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

[Signature]
RS
Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si

Medan, Februari 2024
Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing

[Signature]
HASTINA FEBRIANTY, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dwi Rizky Anggun Ramadhani

NPM : 2005180030

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Dengan ini menyatakan bawah tugas akhir saya yang berjudul "**Analisis Investasi Waralaba pada Perusahaan Makanan Cepat Saji dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan di Indonesia.**" adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Dwi Rizky Anggun Ramadhani

ABSTRAK

ANALISIS INVESTASI WARALABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN CEPAT SAJI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI SEKTOR PERDAGANGAN DI INDONESIA

DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI
NPM : 2005180030

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jln. Kapten Muchtar Basri No. 3 Telp (061) 6624567 Medan 20238
Email : dwirizkyanggun10@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan investasi dalam negeri melalui perusahaan makanan cepat saji dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder, data yang digunakan berupa data *time series* (runtut waktu). Sumber data diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan data perusahaan makanan cepat saji yang merupakan data mentah. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan OLS (*Ordinary Least Square*) dalam bentuk regresi linier berganda (*multiple regression model*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel tidak independen (Konsumsi waralaba, Investasi, Jumlah Perusahaan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan) karena perekonomian yang stabil atau menghadapi tantangan ekonomi bisa mengurangi efektivitas investasi dan konsumsi.

Kata kunci : Konsumsi waralaba, Investasi, Jumlah Perusahaan, Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

ABSTRACT

ANALYSIS OF FRANCHISE INVESTMENT IN FAST FOOD COMPANIES IN IMPROVING ECONOMIC GROWTH OF TRADE SECTOR IN INDONESIA

DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI

NPM : 2005180030

Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of North Sumatra
Jln. Kapten Muchtar Basri No. 3 Telp (061) 6624567 Medan 20238
Email: dwirizkyanggun10@gmail.com

This study aims to determine the development of domestic investment through fast food companies in increasing economic growth in the trade sector in Indonesia. The data analysis used in this study is quantitative descriptive. The data used in this study is secondary data. This study uses secondary data, the data used is time series data. Data sources are obtained from the Central Statistics Agency (BPS) and fast food company data which is raw data. The data analysis technique in this study is using OLS (Ordinary Least Square) in the form of multiple linear regression (multiple regression model). The results of this study indicate that overall non-independent variables (Franchise Consumption, Investment, Number of Companies) do not have a significant effect on the dependent variable (Economic Growth in the Trade Sector) because a stable economy or facing economic challenges can reduce the effectiveness of investment and consumption.

Keywords : ***Franchise consumption, Investment, Number of Companies,
Economic Growth Trade Sector***

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur Kehadirat Allah Swt. Yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “**Analisis Investasi Waralaba Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan Di Indonesia**”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW beserta keluarganya, para sahabat dan seluruh pengikut Beliau yang Insha Allah tetap istiqomah hingga akhir zaman kelak, Aamiin. Dengan selesainya penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Adapun ungkapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat beserta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses yang dilalui tanpa ada hambatan dan kesulitan apapun.
2. Terima kasih kepada My Roommate kakak tercinta penulis Khairani Siska Pratiwi S.Pd yang sama-sama berjuang dalam mendapatkan gelar demi orang tua dan keluarga.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dr. H. Januri, SE., MM., M. Si., CMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE., M. Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si. selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, Selaku Ketua Jurusan Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Dra. Hj. Roswita Hafni M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Hastina Febriaty, S.E., M. Si , selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberi arahan dan bimbingannya tanpa kata lelah kepada penulis tentang tugas akhir ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen mata kuliah Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Prodi Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat, semoga menjadi amalan di akhirat kelak.
11. Bapak dan Ibu Biro Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis dalam pengurusan berkas-berkas yang dibutuhkan dalam hal akademik.
12. Kepada teman-teman tercinta penulis, Muhammad Irham Kadavi, S. I. Kom , Mushir Zriaska Khairul, S. Pd , Febry Wahyu Wardana Nasution, S. Kom , Firza Khairunnizat, S. Pd , Indah Subhini Lubis, S. Pd dan terkhusus Aliya

Fernanda Pratiwi, SE selaku teman seperjuangan yang sudah melewati hal-hal luar biasa dengan penuh suka dan cita.

13. Teruntuk teman internasional saya Muhammad from Pakistan terima kasih sudah memberikan kata motivasi disetiap harinya kepada penulis.
14. Teruntuk manusia-manusia yang pernah singgah namun tak sungguh terimakasih sudah memberikan kata termanisnya walaupun hanya sesaat.
15. Teruntuk teman-teman DR3SV terima kasih atas kehadiran dan humorisnya sehingga penulis merasa terhibur di setiap harinya.
16. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian ini yang tidak dapat dituliskan satu demi satu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada saat penelitian ini, banyak kesulitan dan juga hambatan yang dihadapi. Namun, mengenai tersebut penulis bisa lebih banyak lagi belajar. Penulis akan sangat menghargai apabila terdapat kritik dan saran yang diberikan oleh pembaca agar lebih baik lagi. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan semua pihak pembaca.

Medan, Mei 2025

Dwi Rizky Anggun Ramadhani
NPM. 2005180030

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Masalah	10
1.6 Manfaat Peneliti.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Investasi	12
2.1.2 Teori Pendapatan Nasional.....	16
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen.....	18
2.1.4 Teori Perilaku Produsen	20
2.1.5 Franchise.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual	27
2.3.1 Kerangka Berpikir Analisis	27
2.3.2 Kerangka Analisis Konseptual	27

2.4 Hipotesis	27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Defenisi Operasional	29
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Analisis Ekonomi Deskriptif Pertumbuhan Ekonomi	32
3.6.2 Analisis Model Ekonometrika	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Indonesia.....	42
4.1.1 Kondisi Geografi Indonesia.....	42
4.2 Perkembangan Investasi Waralaba di Indonesia	45
4.2.1 Pertumbuhan Ekonomi	45
4.2.2 Perkembangan Investasi Waralaba	47
4.2.3 Perkembangan Konsumsi Masyarakat Terhadap Makanan Cepat Saji	4
9	
4.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1 Hasil Analisis Regresi.....	54
4.3.2 Uji Statistik	57
4.4 Pembahasan	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan.....	4
Gambar 2.1 Kurva Investasi (<i>Marginal Efficiency of Capital</i>).....	15
Gambar 2.2 Kurva Indiferens	19
Gambar 2.3 Kurva Produksi.....	21
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir Analisis.....	27
Gambar 2.5 Kerangka Analisis Konseptual	27
Gambar 3.1 Uji t Hitung.....	38
Gambar 3.2 Uji F Hitung	39
Gambar 4.1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provinsi.....	43
Gambar 4.2 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi.....	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Gambar 4.5 Hasil Uji Autokorelasi.....	52
Gambar 4.6 Hasil Uji Multikoloneritas.....	53
Gambar 4.7 Hasil Analisis Regresi	54
Gambar 4.8 Hasil Uji t	58
Gambar 4.9 Hasil Uji F	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Sejenis di Indonesia	7
Tabel 1.2 Kontribusi Investasi Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Table 3.1 Defenisi Operasional.....	29
Table 4.1 Hasil Survei Makanan Cepat Saji	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap negara selalu berusaha meningkatkan pembangunan, kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya. Usaha tersebut dilakukan dengan berbagai cara yang berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Salah satu usaha yang selalu dilakukan oleh negara adalah melakukan investasi agar mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Investasi merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk suatu harapan di masa yang akan datang. Pengertian lain dari investasi adalah penanaman sumber daya (termasuk di dalamnya barang-barang untuk dijual) untuk mendapatkan hasil di masa yang akan datang (Nurmalina, Sarianti, & Karyadi, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi adalah suatu kegiatan penanaman modal dalam sebuah usaha untuk memperoleh hasil yang diharapkan pada masa mendatang (Yulianti, 2018).

Investasi dapat menggerakkan kehidupan ekonomi suatu negara, karena pembentukan modal dapat memperbesar kapasitas produksi, menaikkan pendapatan nasional maupun menciptakan lapangan kerja baru, yang akan memperluas kesempatan kerja (Todaro, 2000). Karena itu penanaman modal khususnya investor menjadi penting untuk mengembangkan berbagai macam sektor ekonomi (Schumpeter dalam Sukirno, 2004). Investasi dalam bidang teknologi dan pengelolaan sumber daya cukup berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia, sehingga kebutuhan atas dana akan meningkatkan produktivitas kegiatan perekonomian secara keseluruhan.

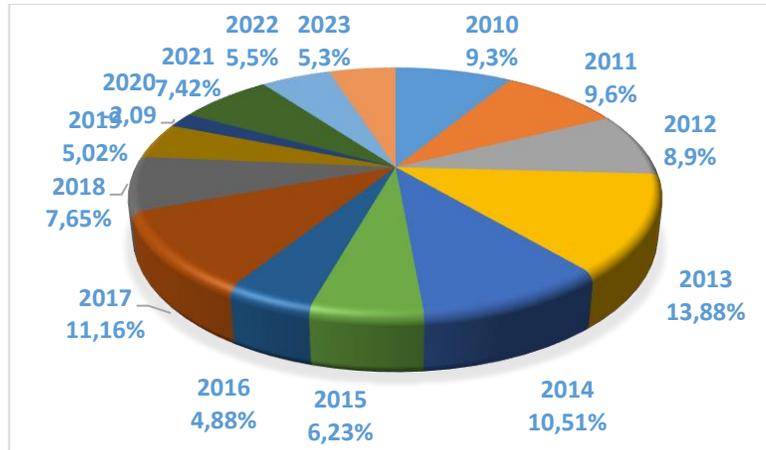
Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian atau negara dalam jangka panjang menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu dan dapat dikaitkan juga sebagai keadaan kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi. Pada kenyataannya, pertumbuhan ekonomi dan pendapatan yang masih relative rendah tersebut ditopang oleh konsumsi masyarakat (Mudrajat Kuncoro: 2004). Secara teori, pertumbuhan ekonomi yang ditopang oleh konsumsi tidak akan menjadi pertumbuhan yang berkelanjutan. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan adalah pertumbuhan yang ditopang oleh investasi. Pertumbuhan yang ditopang oleh investasi dianggap akan dapat meningkatkan produktivitas sehingga membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Menurut Lewis dalam Todaro (2006), pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap penyerapan tenaga kerja dimulai dari investasi disektor industry, dan akumulasi modal secara keseluruhan disektor modern akan menimbulkan perluasan *output* pada sektor modern tersebut. Pengalihan tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor modern (industri) selanjutnya akan meningkatkan pertumbuhan *output* dan peningkatan penyerapan tenaga kerja di sektor modern. Menurut Kuncoro (2010), pertumbuhan ekonomi juga tergantung dari besaran nilai investasi yang mampu menggerakkan perekonomian.

Pertumbuhan perekonomian yang semakin pesat, menimbulkan dampak usaha yang semakin ketat. Para pelaku ekonomi, berlomba-lomba berinovasi dalam menjalankan usahanya (*business*), agar usaha tersebut dapat berkembang.

Perluasan usaha tersebut bisa dengan cara membuat perusahaan baru atau membeli perusahaan yang sudah di bangun dengan nama baik, atau dengan sistem waralaba (*franchising*).

Pertumbuhan ekonomi secara nasional dihitung dengan menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB), dimana PDB merupakan hasil penjumlahan dari PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) seluruh provinsi di Indonesia. Menurut BPS, PDRB dibentuk oleh sembilan sektor yaitu sektor pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan, sector pertambangan dan penggalian, sector pengangkutan dan komunikasi, sector keuangan, real estate, dan jasa perusahaan, serta sektor jasa-jasa. Berdasarkan distribusi persentase PDRB atas dasar harga konstan 2000 menurut lapangan usaha Provinsi Jawa Timur tahun 2012, sektor yang paling besar membentuk PDRB Provinsi Jawa Timur adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 32,61% dan sector industri pengolahan sebesar 24,90%. Artinya, lebih dari 50% perekonomian Jawa Timur didominasi oleh kedua sector tersebut. Tingginya peran sektor perdagangan, hotel, dan restoran dan sektor industri di Jawa Timur disebabkan oleh adanya keterkaitan/ketergantungan dengan sektor lain. Ketergantungan tersebut ditentukan oleh besarnya input yang digunakan oleh suatu sektor untuk proses produksi dimana input tersebut dapat merupakan output dari sektor yang lain atau sektor itu sendiri. Sehingga adanya peningkatan produksi pada suatu sektor dapat mempengaruhi sektor yang lainnya (BPS, 2010).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan Tahun 2010-2023
Sumber : *Badan Pusat Statistik*

Dari diagram diatas diketahui bahwa pada tahun 2013 mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 13,88%, menunjukkan tahun yang sangat baik bagi sektor perdagangan. Kenaikan signifikan ini mungkin dipengaruhi oleh factor ekonomi makro, peningkatan daya beli masyarakat, atau kebijakan pemerintah yang mendukung sector perdagangan. Kemudian pada tahun 2020 terjadi kontraksi sebesar -2,09%, yang menunjukkan penurunan aktivitas ekonomi di sektor ini yang kemungkinan besar disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Periode pertumbuhan stabil mulai terlihat beberapa tahun dengan pertumbuhan yang relative stabil, mendekati rata-rata 7,55%. Periode stabil ini memberikan indikasi bahwa sector perdagangan mampu menjaga momentum pertumbuhan di tengah berbagai tantangan.

Waralaba merupakan salah satu bagian dari pertumbuhan ekonomi sector perdagangan. Bisnis waralaba atau *franchise* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam satu dasawarsa terakhir. Para pelaku usaha baik pemula maupun yang edang mengembangkan bisnisnya memilih *franchise*

karena pertimbangan potensinya dalam menghasilkan keuntungan. Kecenderungan pada bisnis ini dapat dikatakan sebagai preferensi pragmatis yang didukung dengan kesiapan modal karena prosesnya lebih instan dan menjanjikan.

Waralaba atau *franchise* merupakan sebuah konsep memulai kerjasama timbal balik antara pemilik waralaba dan penerima waralaba dengan imbalan biaya yang sesuai, resep untuk kegiatan bisnis tertentu, dan bagaimana waralaba harus dioperasikan (Grzelak, 2013). Perusahaan dapat memanfaatkan *franchising* untuk memperoleh sumber daya berbiaya rendah dan menumbuhkan pangsa pasar mereka dengan menggunakan lebih sedikit utang atau modal ekuitas. *Franchise* juga dapat menyelesaikan biaya ekuitas dan menyeimbangkan insentif agensi karena penerima waralaba akan bekerja untuk keuntungan mereka sendiri, sekaligus berkontribusi pada keuntungan perusahaan induk (Alon et al., 2021). Strategi *franchising* telah banyak digunakan untuk memasuki pasar internasional. Bisnis *franchise* ada di berbagai bidang termasuk makanan cepat saji, restoran makanan, pakaian, perawatan kesehatan dan pendidikan, dan masih banyak lagi (Qureshi et al., 2018).

Menurut LR Dicksee bisnis merupakan bentuk kegiatan yang tujuan utamanya mendapatkan keuntungan bagi yang mengusahakan atau memiliki kepentingan dalam aktivitas tersebut. menurut Abdurrahman, bisnis adalah usaha, kegiatan industri atau ekonomi, atau kegiatan yang berkaitan dengan produksi atau pertukaran barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan, yang membuat modal pengusaha menghadapi resiko tertentu. Kata bisnis itu sendiri

memiliki tiga kegunaan tergantung ruang lingkungannya. Istilah komersial dapat digunakan untuk merujuk pada unit bisnis, yaitu unit hukum, unit teknis, unit keuangan, dan unit bisnis nirlaba.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benak nya itu (Sejati, 2016).

Kebutuhan konsumen yang semakin tidak terbatas berkembang dari waktu ke waktu, kemajuan teknologi dan informasi telah membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini berlaku juga pada makanan cepat saji (*fast food*). Untuk itu perusahaan atau restoran sangat memperhatikan apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen , baik dalam rasa, cara penyajian serta pelayanan.

Dalam sebuah perusahaan apabila ingin mendapatkan konsumen yang banyak maka perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu perusahaan harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan dan apa yang diinginkan konsumen. Sangat penting bagi perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan dengan memperhatikan apa yang membuat seorang konsumen dalam memilih suatu produk. Hal tersebut menjadi faktor penyebab berdirinya bisnis

kuliner di Indonesia. Mereka bersaing melalui produk dan harga untuk membuat pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan. Secara rinci mengenai perusahaan yang bergerak dibidang makanan di Indonesia dapat dilihat pada **Tabel 1.1** berikut:

Tabel 1.1 Perusahaan Sejenis di Indonesia tahun 2023

No	Nama Perusahaan	Tahun Berdiri	Jumlah Cabang
1	HokBen	1985	355
2	KFC	1979	762
3	McDonald's	1991	300
4	Pizza Hut	1984	615
5	Domino's	1994	570

Sumber: Website Perusahaan

Berdasarkan **Tabel 1.1** dapat diketahui bahwa terdapat persaingan antara pengusaha yang bergerak di bidang makanan cepat saji, hal ini untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Karena kepuasan konsumen perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif.

Di Indonesia waralaba industri makanan sangat diminati oleh masyarakat, apalagi makanan merupakan makanan pokok sehari-hari. Bisnis waralaba saat ini telah menjamur di Indonesia. Perkembangannya yang pesat mengidentifikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai usahanya sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah. Maraknya perkembangan teknologi telah mengubah kebiasaan makan berbagai generasi, termasuk makanan cepat saji yang ada di Indonesia.

Meskipun bisnis waralaba berkembang pesat di Indonesia, namun kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi sector perdagangan tidak optimal. Banyaknya waralaba yang berasal dari luar negeri yang menyebabkan sebagian keuntungan justru mengalir ke luar negeri. Kurangnya pemanfaatan produk local juga mempengaruhi rantai pasok local dan perekonomian domestic. Munculnya gerai makanan cepat saji bisa mengurangi pangsa pasar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sector kuliner.

Tabel 1.2 Kontribusi Investasi Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

Indikator	Tahun 2022	Tahun 2023	Keterangan
Omzet Bisnis Waralaba	Rp 20,8 triliun	Rp 26,5 triliun	Pertumbuhan omzet sekitar 27%
Kontribusi Terhadap PDB Nasional	Tidak signifikan (<1% dari PDB)	Masih rendah (<1% dari PDB)	Konsumsi domestic menyumbang 56% dari PDB nasional
Sumbangan Sektor Perdagangan Terhadap PDB	24,49% (termasuk ekspor barang dan jasa)	>25% (dengan peran waralaba kecil)	Sebagian besar didorong oleh sektor perdagangan besar

Sumber : Franchise Indonesia , Kemendag , Bisnis.com

Dari table di atas dapat dilihat bahwa meskipun omzet waralaba tumbuh, namun kontribusinya terhadap PDB nasional dan sektor perdagangan masih minim. Ketergantungan pada tren pasar dapat menyebabkan perubahan selera konsumen, perusahaan cepat saji perlu terus berinovasi untuk mengikuti tren pasar agar kegagalan yang menyebabkan penurunan penjualan tidak terjadi. *Franchise* juga harus memiliki kebebasan terbatas dalam menjalankan inovasi bisnis,

karena harus mengikuti standar dan kebijakan franchisor. Meskipun investasi waralaba pada perusahaan makanan cepat saji memiliki potensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada sector perdagangan di Indonesia, terdapat berbagai tantangan yang harus diatasi. Diperlukan beberapa strategi yang tepat dari pemerintah, franchisor, dan *franchise* untuk memaksimalkan kontribusi bisnis ini terhadap perekonomian nasional.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka didapat beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Banyaknya jumlah perusahaan makanan cepat saji yang berasal dari luar negeri menyebabkan persaingan tidak seimbang terhadap perusahaan makanan cepat saji yang berasal dari Indonesia.
2. Rendahnya kontribusi perusahaan waralaba makanan cepat saji terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia.
3. Ketergantungan pada bahan baku impor menyebabkan penghambatan pertumbuhan industri lokal.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis perlu membatasi masalah agar pengkajian tidak mengambang dan lebih terarah. Jadi penulis membatasi permasalahan hanya dengan membahas seberapa besar Investasi Waralaba Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan di Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan investasi yang dilakukan perusahaan makanan cepat saji di Indonesia.
2. Mengetahui apakah investasi waralaba dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia.
3. Bagaimana dampak investasi waralaba dan konsumsi masyarakat terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia.

1.5 Tujuan Masalah

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Melakukan analisa secara ekonomi tentang perkembangan investasi dalam negeri melalui perusahaan makanan cepat saji di Indonesia.
2. Melakukan analisis secara ekonomi apakah investasi di bidang waralaba dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia.
3. Menganalisis dampak dari investasi waralaba dan konsumsi masyarakat terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai strategi investasi yang efektif dalam bisnis waralaba makanan cepat saji dan

membantu perusahaan memahami tren pasar dan peluang ekspansi yang potensial.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat pengemban ilmu pengetahuan dan dapat memperkaya literatur mengenai investasi waralaba dan kontribusinya terhadap sektor perdagangan, khususnya di Indonesia. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai topik serupa, baik dari aspek ekonomi, bisnis, maupun sosial.

3. Bagi Pembeli

Penelitian ini bisa mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga konsumen mendapatkan pengalaman yang lebih baik. Penelitian ini juga mendorong perusahaan untuk lebih banyak menggunakan bahan baku local, konsumen secara tidak langsung mendukung perekonomian daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Investasi

1. Pengertian Investasi

Investasi dapat menggerakkan kehidupan ekonomi suatu negara, karena pembentukan modal dapat memperbesar kapasitas produksi, menaikkan pendapatan nasional maupun menciptakan lapangan kerja baru, yang akan memperluas kesempatan kerja (Todaro, 2000). Karena itu penanaman modal khususnya investor menjadi penting untuk mengembangkan berbagai macam sektor ekonomi (Schumpeter dalam Sukirno, 2004). Investasi dalam bidang teknologi dan pengelolaan sumber daya cukup berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia, sehingga kebutuhan atas dana akan meningkatkan produktivitas kegiatan perekonomian secara keseluruhan.

Investasi adalah penempatan sejumlah dana dengan harapan dapat memelihara, menaikkan nilai, atau memberikan *return* yang positif (Sutha, 2000). Investasi merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk suatu harapan di masa yang akan datang. Pengertian lain dari investasi adalah penanaman sumber daya (termasuk di dalamnya barang-barang untuk dijual) untuk mendapatkan hasil di masa yang akan datang (Nurmalina, Sarianti, & Karyadi, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi adalah suatu kegiatan penanaman modal dalam sebuah usaha untuk memperoleh hasil yang diharapkan pada masa

mendatang (Yulianti, 2018). Menurut Sumanto (2006), investasi merupakan komitmen sejumlah dana suatu periode untuk mendapatkan pendapatan yang diharapkan di masa yang akan datang sebagai kompensasi unit yang diinvestasikan. Sedangkan Husnan dalam Anoraga dan Pakarti (2006) mendefinisikan investasi sebagai penggunaan uang dengan maksud memperoleh penghasilan. Investasi merupakan penanaman modal dalam suatu perusahaan dengan tujuan agar kekayaan suatu perusahaan bertambah. Investasi juga didefinisikan sebagai barang-barang yang dibeli oleh individu ataupun perusahaan untuk menambah persediaan modal mereka (Mankiw, 2000).

Investasi berdasarkan teori ekonomi berarti pembelian (dan produksi) dari modal barang yang tidak dikonsumsi tetapi digunakan untuk produksi yang akan datang. Investasi adalah suatu komponen dari Produk Domestik Bruto. Fungsi investasi pada aspek tersebut dibagi pada investasi non-residential dan investasi residential. Investasi adalah suatu fungsi pendapatan dan tingkat bunga. Suatu pertambahan pada pendapatan akan mendorong investasi yang lebih besar, dimana tingkat bunga yang lebih tinggi akan menurunkan minat untuk investasi sebagaimana hal tersebut akan lebih mahal dibandingkan dengan meminjam uang.

2. Jenis-jenis Investasi

Pada dasarnya investasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu investasi asset finansial dan investasi asset riil. Investasi pada asset finansial dibagi menjadi dua, yaitu investasi langsung dan investasi tidak langsung.

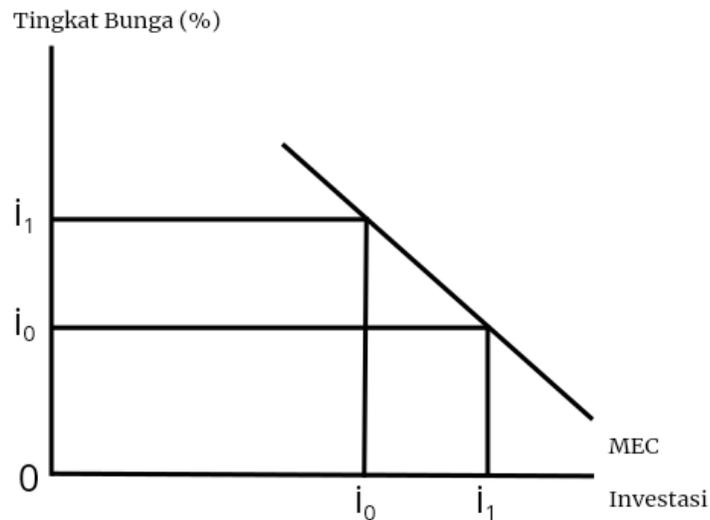
- a. Investasi langsung, yaitu dapat dilakukan dengan membeli aktiva keuangan yang dapat diperjual belikan di pasar uang, pasar modal, dan pasar turunan. Investasi langsung juga dapat dilakukan dengan membeli aktiva yang tidak diperjual belikan, biasanya diperoleh dari bank komersial. Aktiva ini dapat berupa tabungan dan sertifikat deposito.
- b. Investasi tidak langsung, yaitu dapat dilakukan dengan membeli surat berharga dari perusahaan investasi, seperti reksadana.

3. Kurva Investasi

Dalam teori makro Keynes, untuk memutuskan apakah suatu investasi akan dilakukan atau tidak tergantung pada perbandingan antara besarnya keuntungan yang diharapkan (yang dinyatakan dalam persentase per satuan waktu) di satu pihak dan ongkos penggunaan dana / tingkat bunga di lain pihak. Tingkat keuntungan yang diharapkan inilah disebut dengan istilah *Marginal Efficiency of Capital* / MEC (Boediono, 1986). Secara ringkas konsep ini dapat digambarkan, bila keuntungan yang diharapkan (MEC) lebih besar dari tingkat bunga, maka investasi akan dilaksanakan. Bila MEC lebih kecil dari tingkat bunga, maka investasi boleh dilaksanakan dan bila MEC = tingkat bunga, maka investasi boleh dilaksanakan tidak sesuai keputusan dari pihak pemilik modal.

Dari uraian di atas diketahui bahwa berapa tingkat investasi yang diinginkan oleh para investor ditentukan oleh dua hal, yaitu tingkat bunga yang berlaku MEC atau fungsi investasi. Fungsi MEC / fungsi investasi ini

menunjukkan hubungan antara tingkat bunga yang berlaku dengan tingkat pengeluaran investasi yang diinginkan oleh investor. Kurva di bawah ini (Gambar 2.1) menggambarkan hubungan antara tingkat bunga yang berlaku dengan investasi yang diinginkan oleh para investor.



Gambar 2.1 Kurva Investasi (*Marginal Efficiency of Capital*)

Melalui kurva fungsi investasi ada tiga hal yang perlu digaris bawahi mengenai fungsi investasi ini, yaitu:

- a. Fungsi tersebut mempunyai *slope* negative yang artinya semakin menurun tingkat bunga maka akan semakin besar pengeluaran investasi yang diinginkan atau direncanakan oleh para investor.
- b. Pada kenyataannya fungsi investasi ini sulit untuk diperoleh karena posisinya sangat labil dan mudah berubah dalam jangka waktu yang singkat. Kelabilan fungsi investasi ini dapat dipahami, karena posisinya sangat tergantung pada nilai-nilai MEC dari proyek-proyek

yang ada dan bahwa MEC adalah keuntungan yang diharapkan oleh para investor.

- c. Teori Keynes didasarkan atas anggapan bahwa pada tingkat bunga yang berlaku, setiap investor bisa memperoleh dana berapapun untuk membiayai proyek-proyek yang dianggap menguntungkan untuk dilaksanakan yang membatasi jumlah yang ingin diinvestasikan hanyalah penilaian mengenai MEC proyek-proyek yang ternuka baginya. Dalam kenyataannya sering dijumpai keadaan sebaliknya yaitu begitu banyaknya proyek yang menguntungkan, MEC naik tai sulit untuk memperoleh kredit dari bank misalnya, mengakibatkan investasi yang direalisasikan lebih kecil dari tingkat investasi yang diinginkan (Boediono, 1986).

2.1.2 Teori Pendapatan Nasional

1. Pengertian Pendapatan Nasional

Pendapatan Nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh masyarakat suatu negara dalam kurun waktu tertentu yang biasanya satu tahun. Konsep Pendapatan Nasional pertama kali dicetuskan oleh Sir Willian Petty dari Inggris yang berusaha menaksir pendapatan nasional negaranya pada tahun 1665. Namun pendapat tersebut tidak disepakati oleh ahli ekonomi modern karena menurut ahli ekonomi modern, alat utama untuk mengukur kegiatan perekonomian adalah suatu jumlah barang dan jasa yang dihasilkan setiap tahun oleh suatu negara. Oleh karena itu pengertian pendapatan nasional adalah ukuran dari nilai total barang dan jasa yang

dihasilkan oleh suatu negara dalam kurun waktu satu tahun yang dinyatakan dalam satuan uang. Salah satu tolak ukur yang digunakan untuk menilai kondisi perekonomian suatu negara adalah pendapatan nasional.

Pendapatan nasional adalah jumlah total nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam periode tertentu. Pendapatan nasional dihitung dari penjumlahan nilai akhir produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam kurun waktu tertentu.

2. Pendapatan Nasional Menurut Para Ahli

- Arthur Cecil : Pendapatan Nasional adalah pendapatan objektif rakyat suatu negara termasuk pendapatan luar negeri yang dapat diukur dengan tunai.
- Irving Fisher : Pendapatan Nasional adalah sebuah pendapatan dasar yang dikonsumsi langsung pada tahun yang sama
- Alfred Marshall : Pendapatan Nasional adalah tenaga kerja dan modal yang digunakan suatu negara untuk mengolah sumber daya alam dengan tujuan menghasilkan hasil yang berwujud dan tidak berwujud.

3. Konsep Pendapatan Nasional

- Produk Domestik Bruto (Gross Domestic Product) : merupakan nilai akhir barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi yang berada dalam suatu Domestik. Wilayah diukur dengan satuan uang selama 1 tahun

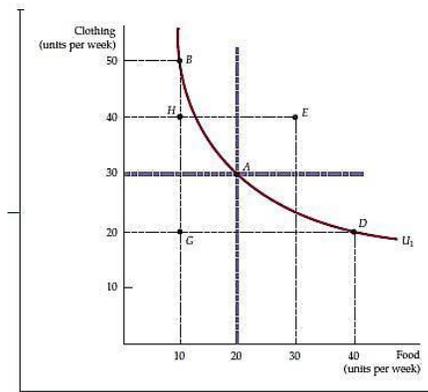
- Produk Nasional Bruto (Gross National Product) : merupakan nilai akhir barang dan jasa yang dihasilkan oleh warga negara dari suatu negara yang diukur dengan satuan uang selama satu tahun.
- Produk Nasional Neto (Net National Product) : merupakan nilai akhir barang dan jasa bersih yang sudah dikurangi penyusutan /depresi modal
- Pendapatan Nasional Neto (Net National Income) : merupakan keseluruhan pendapatan atau balas jasa yang dihasilkan oleh pemilik faktor produksi. Besarnya NNI merupakan hasil pemotongan pajak tidak langsung dari NNP. Pajak tidak langsung mengacu pada pajak yang dapat diteruskan kepada orang lain, seperti pajak konsumsi dan pajak hadiah.
- Pendapatan Personal (Personal Income) : merupakan pendapatan yang diterima perorangan namun belum dapat dibelanjakan karena masih harus dikurangi dengan pajak langsung.
- Pendapatan Disposabel (Disposable Income) : merupakan pendapatan personal yang sudah siap dibelanjakan karena sudah dikurangi dengan pajak langsung.

2.1.3 Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan penggambaran bagaimana seorang konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi berusaha mengalokasikan pendapatan diantara berbagai barang atau jasa yang tersedia dengan tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan atau kepuasan maksimum mereka (Pindyck, 2013).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Menurut Gelard Zaldman dalam Hadiyati Fitria dan Endang Ahmad Yani (2013) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan social yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.

Menurut Peter dan Olson (2013) perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Menurut Kotler dan Keller (2009) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.



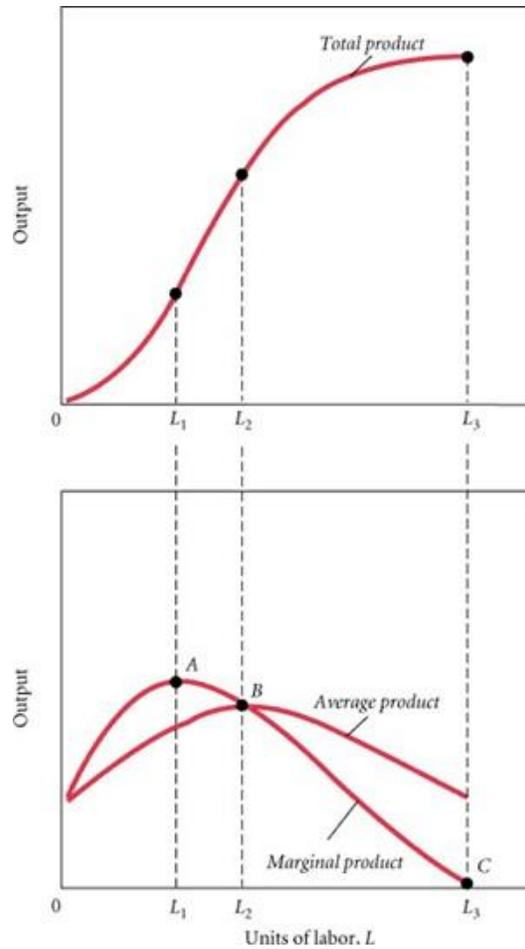
Gambar 2.2 Kurva Indeferen
Sumber: Pindyck, 2013

Pada gambar 2.2 terlihat bahwa U_1 yang melalui *market basket* atau jenis barang dan jasa A menunjukkan semua *baskets* (barang dan jasa) yang memberikan kepuasan yang sama pada konsumen, termasuk *baskets* (barang dan jasa) B dan D. konsumen lebih memilih *baskets* (barang dan jasa) E daripada A, karena E terletak diatas U_1 . Konsumen lebih memilih A daripada H atau G , karena dua titik tersebut berada dibawah U_1 .

2.1.4 Teori Perilaku Produsen

Perilaku produsen adalah teori yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk yang selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha untuk menghasilkan produksi seoptimal mungkin dengan mengatur penggunaan factor produksi yang paling efisien.

Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh seorang produsen adalah bagaimana dengan sumberdaya yang terbatas dapat mencapai hasil yang sebaik-baiknya. Produsen dikatakan berhasil secara ekonomis apabila usahanya itu rendabel atau menghasilkan laba. Untuk mencapai hasil seperti yang diharapkan, seorang produsen harus bertindak secara ekonomis, artinya ia harus mempertimbangkan hasil dan pengorbanan.



Gambar 2.3 Kurva Produksi

2.1.5 *Franchise*

1. Pengertian *Franchise*

Menurut Winardi, (1992) *Franchise* berarti hak istimewa dari pemerintah untuk sebuah badan usaha atau seorang individu untuk menjalankan usaha tertentu, dan pada tempat tertentu. Secara analog hal tersebut berarti pula hak yang serupa yang diberikan seorang produsen kepada seorang penyalur mengenai hasil produksi.

Hal ini juga didukung oleh Martin Mendelson, bisnis *Franchise* adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang (Franchisor) kepada pihak

lain (Franchisee), dan lisensi tersebut memberi hak kepada Franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang Franchisor, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar ditentukan sebelumnya.

Pengertian *franchise* juga diberikan oleh Wilbur Cross dalam *Dictionary of Business Terms*, bahwa *franchise* lebih menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh *franchisor* (Pemberi Waralaba) secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh *franchisee* (Penerima Waralaba).

Berdasarkan versi pemerintahan Indonesia, yang dimaksud dengan *franchise* adalah perikatan dengan salah satu pihak yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI), atau pertemuan ciri khas yang dimiliki pihak lain dengan satu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa.

2. *Franchise* Distribusi Produk

Dalam sistem waralaba berformat bisnis, terdapat 3 format bisnis waralaba yaitu :

- a. *Franchise* Pekerjaan

Dalam bentuk ini pemegang *franchise* yang menjalankan usaha *franchise* pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Bentuk *franchise* seperti ini umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan.

b. *Franchise* Usaha

Pada saat ini *franchise* usaha adalah bidang *franchise* yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran *fast food*. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari *franchise* pekerjaan karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

c. *Franchise* Investasi

Franchise Investasi adalah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan mungkin mencapai milyaran. Perusahaan yang mengambil *franchise* investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru sehingga mengambil sistem *franchise* jenis ini.

3. Aspek Hukum *Franchise*

Format usaha *franchise* diminati oleh masyarakat karena mengungkap nama produk atau merek dagang yang sudah terkenal, sehingga dianggap dapat memberikan keuntungan finansial yang cukup menjanjikan bagi pelaku usaha yang berani menjalankan bisnis *franchise* (waralaba) tunduk

pada ketentuan yang diatur secara umum dalam Kitab Undang-Undang Perdata, yakni:

- a. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- b. Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- c. Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- d. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- e. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.
- f. Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.
- g. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- h. Peraturan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan UU No. 8 Tahun 1983 dan UU No. 7 Tahun 1983.
- i. UU No. 7 Tahun 1981 tentang Wajib Laport Ketenagakerjaan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis memberikan perbedaan dalam meneliti yang akan dilakukan dengan menggunakan penelitian terdahulu sebagai berikut:

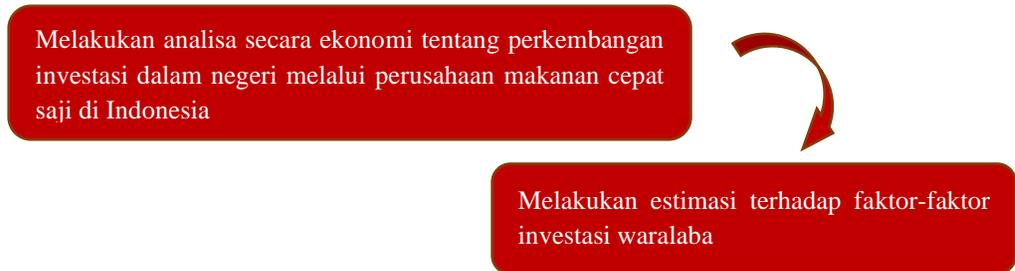
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Estimasi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ade Akmad Syaifuddin Fahlevi & Retno Mustika Dewi (2016). Pengaruh Jumlah Unit Usaha Dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Menengah Di Kabupaten Sidoarjo	Kuantitatif	Tenaga Kerja, Unit Usaha, Nilai Produksi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan jumlah unit usaha terhadap penyerapan tenaga kerja dengan taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,8032. Ada pengaruh signifikan nilai produksi terhadap penyerapan tenaga kerja dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0019. Ada pengaruh signifikan jumlah unit usaha dan nilai produksi terhadap penyerapan tenaga kerja dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000040.
2.	Desy Permatasari & Tri Harsini Wahyuningsih (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta.	Kualitatif	Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan.	Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Suhairi, Riza Ayu Asmita, Tengku Ismalia Mahira, Suci Arfah Lubis,	Kualitatif Deskriptif	Restoran Cepat Saji, Strategi Pemasaran	Strategi yang dilakukan oleh perusahaan makanan cepat saji McDonald's untuk menarik banyaknya

	dan Windy Septia Triyani (2023). Analisis Strategi Bisnis Restoran Cepat Saji McDonald's Dalam Memasuki Pasar Global.			pelanggan yaitu menambah variasi menu, membuat makanan sesuai rentang usia, memasukkan cita rasa lokal yang paling populer di menu serta menyediakan tempat yang strategis dan nyaman.
4.	Nanda Amirul Rizal & Nuri Aslami (2022). Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (<i>Franchise</i>).	Kualitatif Deskriptif	Studi kelayakan, Investasi <i>Franchise</i>	Bisnis investasi <i>Franchise</i> pada donat JCO Medan merupakan produk makanan dan minuman yang mempertarukan modal yang besar dalam jangka panjang, dalam menganalisis data-data dan hasil penelitian, peneliti menggunakan analisa NPV, analisa IRR, analisa PI, analisa MIRR, analisa sensitivitas, dan analisa simulasi monte carlo. Dengan demikian Investasi Waralaba (<i>franchise</i>) Donat JCO Medan Layak untuk dijalankan.
5.	Dewi Ernita, Syamsul Amar, dan Efrizal Syofyan. Analisis pertumbuhan Ekonomi, Investasi, dan Konsumsi di Indoensia.	Kualitatif Deskriptif	Pertumbuhan Ekonomi, Investasi, Konsumsi, Suku Bunga, Inflasi	Konsumsi, investasi, dan pengeluaran pemerintah secara Bersama-sama meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Suku bunga dan pertumbuhan ekonomi signifikan memengaruhi investasi, sementara inflasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

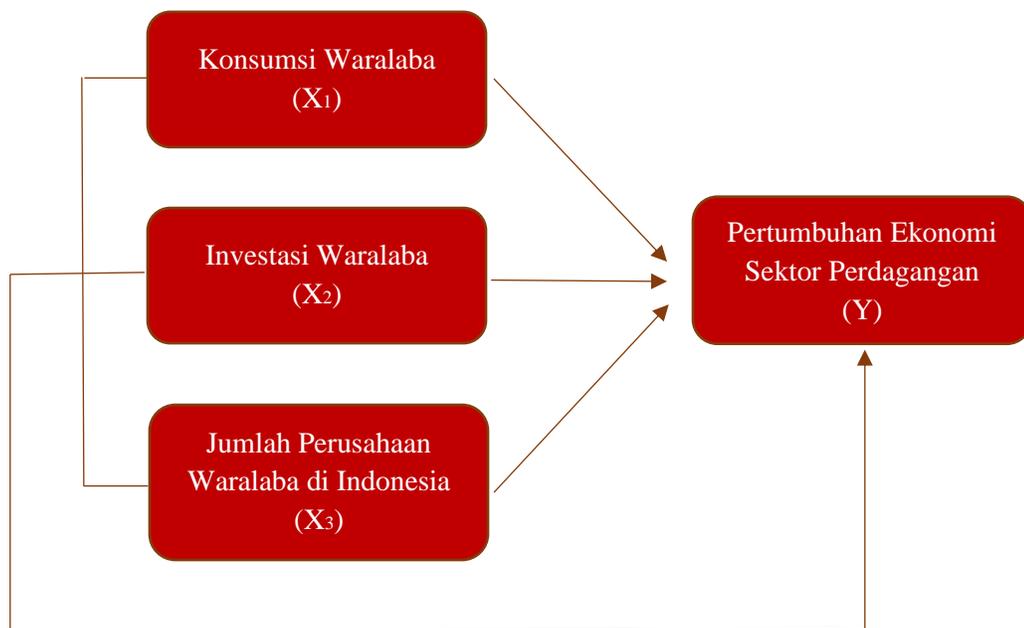
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual

2.3.1 Kerangka Berpikir Analisis



Gambar 2.4 Kerangka Berpikir Analisis

2.3.2 Kerangka Analisis Konseptual



Gambar 2.5 Kerangka Konseptual Analisis

2.4 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, konsumsi waralaba, investasi waralaba, dan jumlah perusahaan waralaba di Indonesia.
2. Investasi waralaba dapat memperbaiki efisiensi pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan dengan cara penggunaan data seperti konsumsi waralaba, investasi waralaba, dan jumlah perusahaan waralaba di Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2019), menjelaskan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, atau peristiwa saat ini. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, factual dan akurat mengenai fenomena yang ada. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variable secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

3.2 Defenisi Operasional

Definisi operasional merupakan acuan dari tinjauan pustaka yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antar variable yang satu dengan variable lainnya yang dapat dihubungkan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data
Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan	Pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan adalah peningkatan nilai tambah ekonomi yang dihasilkan oleh aktivitas jual beli barang dan	Badan Pusat Statistik https://www.bps.go.id/id

	<p>jasa dalam suatu wilayah atau negara dalam periode tertentu. Pertumbuhan ini dapat diukur melalui kontribusi sektor perdagangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam lingkup daerah. Pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan diukur dalam satuan Persen (%)</p>	
Konsumsi Waralaba	<p>Konsumsi waralaba merujuk pada aktivitas pembelian dan penggunaan produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis berbasis waralaba (<i>Franchise</i>). Konsumsi waralaba diukur dalam satuan persen (%).</p>	<p>Badan Pusat Statistik https://www.bps.go.id/id</p>
Investasi Waralaba	<p>Investasi waralaba merupakan bentuk pembelian hak untuk menjalankan bisnis dengan menggunakan merek, system, dan konsep usaha yang telah teruji dari pemilik waralaba (<i>Franchisor</i>). Investasi waralaba diukur dalam satuan Milyar Rupiah.</p>	<p>Badan Pusat Statistik https://www.bps.go.id/id</p>
Jumlah Perusahaan	<p>Jumlah perusahaan mengacu pada total unit atau entitas usaha yang beroperasi dalam suatu wilayah tertentu atau dalam sektor ekonomi tertentu dalam periode tertentu. Jumlah</p>	<p>Badan Pusat Statistik https://www.bps.go.id/id Perusahaan Waralaba Terkait https://www.hokben.co.id/</p>

	perusahaan diukur dalam satuan unit.	https://www.pizzahut.co.id/ https://www.mcdonalds.co.id/ https://kfcku.com/ https://pizza-restoran.dominos.co.id/
--	--------------------------------------	--

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Medan Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

b. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Agustus tahun 2024 sampai dengan selesai.

3.4 Jenis dan Sumber data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dimana data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung atau data yang sudah diolah, data sekunder disini menggunakan data antar tempat atau suatu ruang (cross section) yang diambil dari keseluruhan

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari beberapa lembaga resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dengan mengambil data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu data Investasi, Konsumsi Masyarakat, dan Pertumbuhan Ekonomi dari tahun 2010-2023.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Ekonomi Deskriptif Pertumbuhan Ekonomi

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi dengan tujuan memudahkan pembaca dalam menafsirkan hasil penelitian. Metode analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

3.6.2 Analisis Model Ekonometrika

a. Model Estimasi

Penelitian ini mengenai faktor yang mempengaruhi investasi waralaba dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan menggunakan data time series dengan runtun waktu 14 tahun (dari tahun 2010 sampai tahun 2023 di Indonesia)

Regresi Linear Berganda adalah suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas yang linier (Roswita hafni, 2024)

Andaikan suatu fungsi $Y=f(x_1)$, Dimana $I = 1,2,\dots, n$

$Y = f(x_1, x_2, \dots, x_i)$ maka persamaan regresi linear bergandanya adalah:

Y : Variabel terikat (Pertumbuhan Ekonomi)

x_1 : Variabel bebas (Konsumsi Masyarakat)

x_2 : Variabel bebas (Investasi Waralaba)

Maka model ekonometrika pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$PE_{rt} = \beta_0 + \beta_1 C_{rt} + \beta_2 I_{rt} + \beta_3 JP_{rt} + e$$

Dimana:

PE_{rt} = Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan (t Tahun %)

C_{rt} = Konsumsi Waralaba (t Tahun %)

I_{rt} = Investasi Waralaba (t Tahun Milyar rupiah)

JP_{rt} = Jumlah Perusahaan (t Tahun Unit)

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3,$ = Koefisien

rt = Unit Waktu (2010-2023)

e = *term of error*

Setelah model penelitian diestimasi maka akan diperoleh nilai dan besaran masing-masing parameter dalam model persamaan diatas. Nilai dari parameter positif dan negatif selanjutnya akan diperoleh untuk menguji hipotesa penelitian.

b. Metode Estimasi

Metode estimasi pada penelitian ini adalah untuk mengestimasi semua variable yang diamatai menggunakan data runtut waktu (time series) dalam

kurun waktu 14 tahun (dari tahun 2010 sampai tahun 2023). Analisis trend dalam kurun waktu tersebut dapat di analisis dengan menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*) dalam bentuk regresi linier berganda (multiple regression model) yang disajikan lebih sederhana serta mudah dipahami.

c. Tahapan Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Metode OLS mendapatkan nilai estimator yang diharapkan dapat memenuhi sifat estimasi OLS yang BLUE (Blue Linear Unbiased Estimator) dengan cara meminimumkan kuadrat simpangan setiap observasi dalam sampel. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga asumsi dalam metode estimasi OLS yang harus dipenuhi:

1. Tidak ada masalah hubungan antara variabel independen dalam regresi berganda yang digunakan (tidak multikolinieritas).
2. Varian variabel yang konstan (tidak heterokedastisitas).
3. Tidak ada hubungan variabel gangguan antara satu observasi dengan observasi berikutnya (tidak ada autokorelasi).

a. Multikolinieritas

Multikolinieritas berhubungan dengan situasi dimana ada linear baik yang pasti atau mendekati pasti antara variabel independen. Masalah multikolinieritas timbul bila variabel-variabel independen berhubungan satu sama lain. Selain mengurangi kemampuan untuk menjelaskan dan memprediksi multikolinieritas juga menyebabkan

baku koefisien (uji t) menjadi indikator yang tidak terpercaya (Gujarati,2003)

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing- masing variabel bebas saling berhubungan secara linear, dalam model persamaan regresi. Apabila terjadi multikolinieritas, akibat variabel penafsiran menjadi cenderung terlalu besar, t-hitung tidak bias, namun tidak efisien.

Dalam penelitian ini multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan auxiliary regression untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Kriterianya adalah jika R^2 regresi persamaan utama lebih dari R^2 regresi auxiliary maka didalam model ini terjadi multikolinieritas.

b. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana varians dari setiap gangguan tidak konstan. Dampak adanya hal tersebut adalah tidak efesiansinya proses estimasi, sementara hal estimasinya sendiri tetap konsisten dan tidak bias serta akan mengakibatkan hasil uji t dan uji f dapat menjadi tidak “reliable” atau tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan uji white. Secara manual uji ini dilakukan dengan melakukan regresi kuadrat dengan variabel bebas kuadrat dan perkalian variabel bebas. Nilai R^2 yang didapat digunakan untuk

menghitung χ^2 , dimana $\chi^2 = n \cdot R^2$ (Gujarati, 2003). Dimana pengujiannya adalah jika nilai probability Observation R - Squared lebih besar dari taraf nyata 5%, Maka hipotesis alternatif adanya heterero dalam model terbaik.

c. Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana gangguan pada periode tertentu berkorelasi dengan variabel pada periode lainnya, dengan kata lain variabel gangguan tidak random. Faktor-faktor yang menyebabkan autokorelasi antar lain kesalahan dalam menentukan model, menggunakan lag pada model, memasukkan variabel yang penting. Akibat dari adanya autokorelasi adalah parameter bias dan variannya minimum, sehingga tidak efisien (Gujarati, 2003). Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi salah satunya diketahui dengan melakukan Uji Durbin Watson Test. Dimana apabila di dan du adalah batas bawah dan batas atas, statistik menjelaskan apabila nilai Durbin Watson berada pada $2 < DW < 4-du$ maka autokorelasi atau no-autocorrelation (Gujarati, 2003).

2. Pengujian (Test Diagnostic)

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Gujarati, 2013).

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh Produk

Domestik Regional Bruto(PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka(TPT), Kemiskinan(K), Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terhadap Ketimpangan DistribusiPendapatan(KDP) Provinsi di Pulau Sumatera . Dalam hal ini pengujian dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Hipotesis

- Hipotesis H0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan antara masing- masing variabel Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), Kemiskinan (K), dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan setiap provinsi di Pulau Sumatera).
- Hipotesis Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), Kemiskinan (K), dan IndeksPembangunan Manusia (IPM) terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan setiap provinsi di Pulau Sumatera).

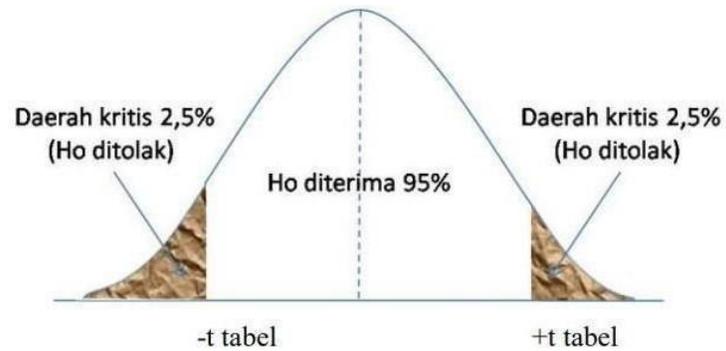
2. Uji stastitik yang digunakan adalah uji t. dimana t hitung adalah:

$$t_h = \beta_i / S_{\beta_i}$$

Nilai thitung akan dibandingkan dengan ttabel = $\pm t (\alpha / 2, n -$

3. Kriteria uji:

- Terima H_0 jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < +t_{tabel}$, hal lain tolak H_0 atau dalam distribusi kurva normal t dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Uji t hitung

3. Kesimpulan: Sesuai kriteria uji maka terima H_0 atau tolak H_0 .

a. Uji Simultan (Uji F)

1. Uji F digunakan untuk mengetahui pada model Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), Kemiskinan (K), dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan. Dengan hal ini pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut : Perumusan Hipotesis

- Hipotesis $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan secara serentak antara variabel Produk Domestik Regional Bruto(PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), Kemiskinan(K), dan Indeks Pembangunan Manusia terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan pada setiap provinsi di Pulau Sumatera).

- Hipotesis $H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan secara serentak variabel Produk Domestik Regional Bruto(PDRB), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), Kemiskinan (K), dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM), terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan provinsi di Pulau Sumatera).

2. Uji statistik yang digunakan adalah uji F, dimana F hitung adalah:

$$F_h = \frac{R^2 / K - 1}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana:

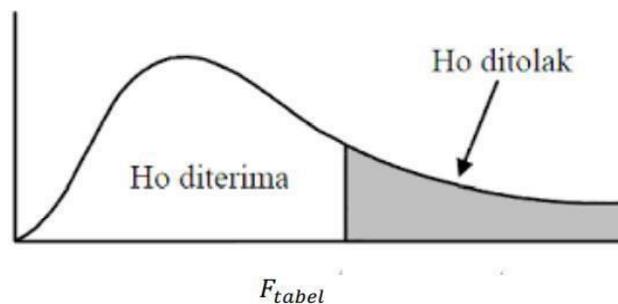
k = Jumlah parameter yang diestimasi

n = Jumlah data yang di observasi

Nilai F hitung akan dibandingkan dengan F tabel = F (α , n - k - 1) dengan derajat kesalahan $\alpha = 10\%$

3. Kriteria Uji: Terima jika H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, hal lain tolak H_0

Atau dalam distribusi kurva F dapat digambarkan sebagai berikut:

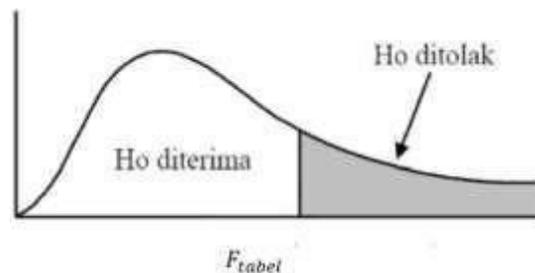


Gambar 3.2 Uji F Hitung

4. Kesimpulan : terima atau tolak H_0 : Memberikan kesimpulan sesuai kriteria uji maka terima H_0 .

5. Kriteria Uji

Terima jika H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, hal lain tolak H_0 . Atau dalam distribusi kurva F dapat digambarkan sebagai berikut:



1. Penafsiran

a. Korelasi (r)

Koefisien korelasi merupakan derajat keeratan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang diamati. Koefisien korelasi biasanya dilambangkan dengan huruf r dimana bervariasi mulai -1 sampai $+1$. Nilai $r = -1$ atau $+1$ menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut, jika nilai $r = 0$, mengindikasikan tidak ada hubungan antara variabel-variabel tersebut. Sedangkan tanda $+$ (positif) dan $-$ (negatif) memberikan informasi mengenai arah dari hubungan antara variabel-variabel tersebut.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas

dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam persamaan regresi yang dihasilkan. Misalnya, nilai (R^2) dalam suatu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan pengaruh (fungsional) antara variabel Y sebagai variabel 76 dependen dan variabel X sebagai variabel independen, yang diperoleh dari hasil perhitungan tertentu adalah 0,85. Ini artinya bahwa variasi nilai Y yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh adalah 85% sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati atau berada di luar persamaan, (Roswita Hafni, 2024)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Indonesia

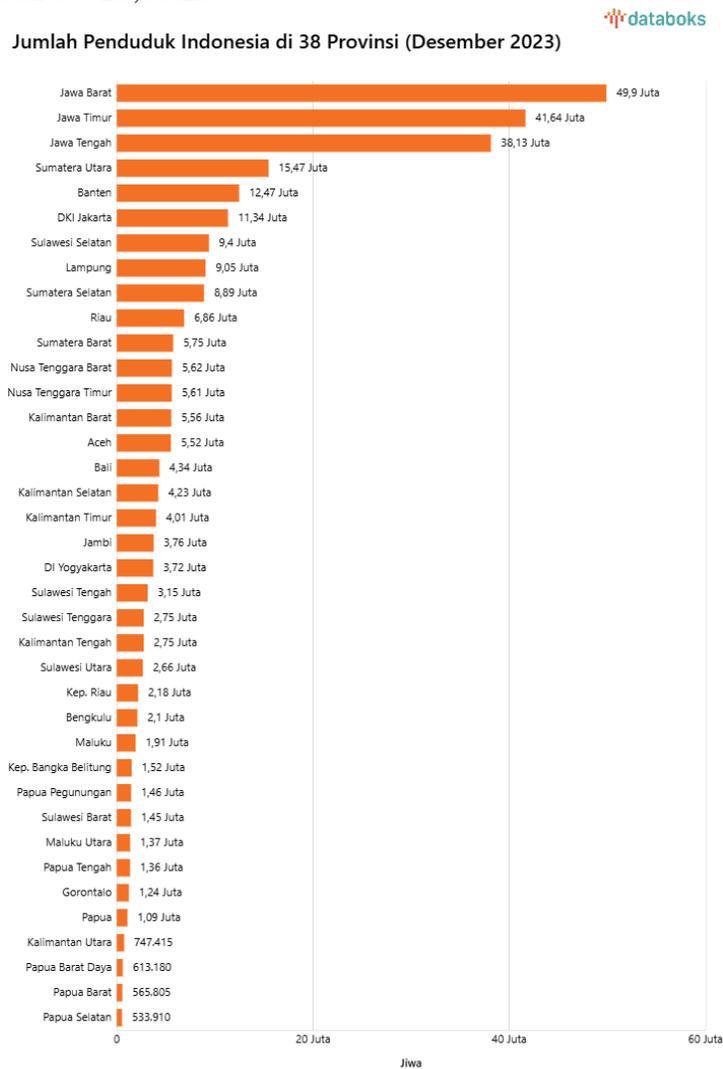
4.1.1 Kondisi Geografi Indonesia

Dilihat dari letak geografisnya, Indonesia berada di antara Benua Australia dan Asia, serta di antara Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Sementara itu, kalau secara astronomis, Indonesia terletak di 6o LU (Lintang Utara) – 11o LS (Lintang Selatan) dan 95o BT (Bujur Timur) – 141o BT (Bujur Timur). Letak geografis adalah letak suatu daerah yang dilihat dari kenyataannya di bumi, dan menentukan pula letak posisi antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya.

Letak geografis Indonesia berada di antara Benua Asia dan Benua Australia. Selain itu, Indonesia juga terletak di antara Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Di sebelah utara, Indonesia berbatasan dengan Laut Cina Selatan dan Samudra Pasifik. Di sebelah timur berbatasan langsung dengan Papua Nugini. Di sebelah Selatan dan Barat berbatasan dengan Samudra Hindia.

Sementara itu, letak astronomis adalah letak suatu tempat berdasarkan garis lintang dan garis bujur. Garis lintang adalah garis khayal pada peta atau globe yang sejajar dengan garis khatulistiwa. Sedangkan, garis bujur adalah garis khayal pada peta atau globe yang menghubungkan Kutub Utara dan Kutub Selatan bumi. Letak astronomis Indonesia berada pada 6° LU – 11° LS dan 95° BT – 141° BT.

Letak astronomis Indonesia yang berada pada 6o LU (Lintang Utara) – 11o LS (Lintang Selatan) dan 95o BT (Bujur Timur) – 141o BT (Bujur Timur), memiliki dua dampak yang berbeda. Dampak garis lintang Indonesia menyebabkan Indonesia berada di wilayah beriklim tropis, karena wilayah yang masuk ke dalam iklim tropis akan memiliki garis lintang antara 0 – 23,5o LU dan 0 – 23,5o LS.



Sumber: Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri)

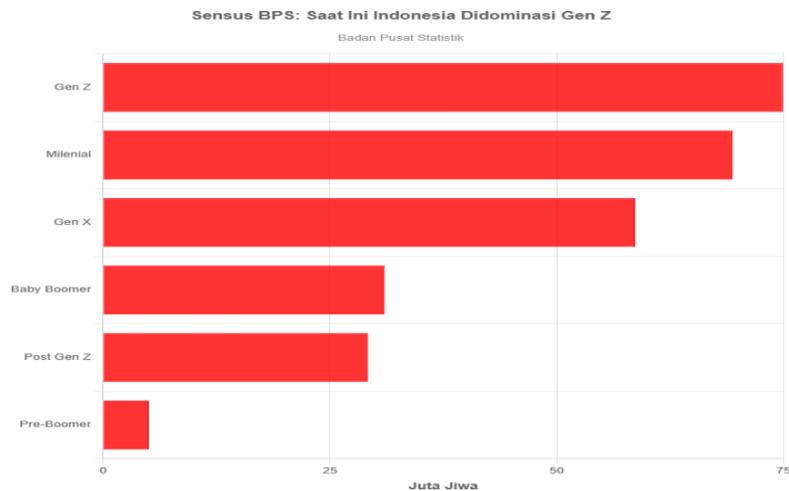
Informasi Lain:

Sumber : Databoks ([Jumlah Penduduk di 38 Provinsi Indonesia Desember 2023 \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id))

Gambar 4.1 Jumlah penduduk indonesia Menurut Provinsi di 38

Melansir data kependudukan Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 280,73 juta jiwa pada Desember 2023. Jumlah tersebut bertambah 1,61 juta jiwa dibanding total penduduk pada Juni 2023.

Menurut jenis kelamin, 141,67 juta jiwa (50,47%) penduduk Indonesia berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 139,05 juta jiwa (49,53%) perempuan. Jawa Barat masih menjadi provinsi dengan total penduduk terbanyak di Indonesia, yakni 49,9 juta jiwa (17,78%) dari total penduduk pada Desember 2023. Kemudian, Jawa Timur 41,64 juta jiwa (14,83%) dan Jawa Tengah 38,13 juta jiwa (13,58%). Sementara, Papua Selatan memiliki total penduduk paling sedikit di Indonesia, yakni 533,91 ribu jiwa (0,19%) dari total penduduk. Selanjutnya, Papua Barat dan Papua Barat Daya masing-masing memiliki jumlah penduduk sebanyak 565,8 ribu jiwa (0,2%) dan 613,18 ribu jiwa (0,22%).



Sumber : GoodStats ([Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z - GoodStats Data](#))

Gambar 4.2 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data statistik yang mengungkapkan komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur. Data ini merupakan hasil rilis dari Sensus Penduduk 2020. Data ini memberikan penjelasan lebih mendalam tentang struktur generasi Indonesia di masa depan.

Dalam data yang dirilis tersebut, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal. Dominasi ini memberikan harapan akan potensi kemajuan dan perubahan di masa depan. Milenial sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa. Milenial menjadi penduduk dominan urutan kedua dengan presentase 25,87%. Generasi X yang memiliki kelahiran pada tahun 1965 hingga 1980, mengikuti dengan jumlah sekitar 58,65 juta jiwa. Dalam kelompok usia yang lebih tua, Baby Boomer yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964 memiliki jumlah sekitar 31,01 juta jiwa. Post Generasi Z dan Pre-Boomer, masing-masing dengan jumlah sekitar 29,17 juta jiwa dan 5,03 juta jiwa. Dengan komposisi penduduk yang beragam ini, tantangan dan peluang yang dihadapi Indonesia semakin kompleks. Menjadi penting untuk merancang kebijakan yang menghasilkan kemajuan bagi seluruh warga negara.

4.2 Perkembangan Investasi Waralaba di Indonesia

4.2.1 Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

Selama 20 tahun terakhir, perekonomian Indonesia kurang menggembirakan. Terjadinya pergantian-pergantian kabinet pada masa itu yang selalu tidak stabil. Sistem kebijakan ekonomi berubah sepanjang waktu. Ketidakstabilan kehidupan politik, berdampak tidak menguntungkan bagi kehidupan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi dalam periode tahun 1952-1958 cukup menggembirakan sebesar 6,9% dan turun drastis dalam periode tahun 1960-1965 menjadi 1,9%. Pada saat itu terjadi defisit anggaran belanja pemerintah yang terus meningkat dari tahun ke tahun yang dibiayai oleh pencetakan uang baru sehingga terjadi inflasi dimana tingkat harga tak henti-hentinya membumbung tinggi dan mencapai puncaknya pada tahun 1966. (Sri Endang Rahayu, 2020).

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator dalam menentukan keberhasilan suatu negara yang ditinjau dari bertambahnya produksi barang industri, berkembangnya infrastruktur, bertambahnya sekolah, serta bertambahnya produksi barang modal dan bertambahnya sektor jasa. Menurut Boediono (2012), pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai proses kenaikan output per kapita dalam jangka panjang. Menurutnya, pertumbuhan ekonomi ditekankan pada tiga aspek utama, yaitu proses, output per kapita, dan jangka panjang.

Pertumbuhan ekonomi secara nasional dihitung dengan menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB), dimana PDB merupakan hasil penjumlahan dari PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) seluruh provinsi di Indonesia. Menurut BPS, PDRB dibentuk oleh Sembilan sektor yaitu sektor pertanian,

peternakan, kehutanan, dan perikanan, sector pertambangan dan penggalian, sector pengangkutan dan komunikasi, sector keuangan, real estate, dan jasa perusahaan, serta sektor jasa-jasa. Berdasarkan distribusi persentase PDRB atas dasar harga konstan 2000 menurut lapangan usaha Provinsi Jawa Timur tahun 2012, sektor yang paling besar membentuk PDRB Provinsi Jawa Timur adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 32,61% dan sector industri pengolahan sebesar 24,90%. Artinya, lebih dari 50% perekonomian Jawa Timur didominasi oleh kedua sector tersebut. Tingginya peran sektor perdagangan, hotel, dan restoran dan sektor industri di Jawa Timur disebabkan oleh adanya keterkaitan/ketergantungan dengan sektor lain. Ketergantungan tersebut ditentukan oleh besarnya input yang digunakan oleh suatu sector untuk proses produksi dimana input tersebut dapat merupakan output dari sector yang lain atau sector itu sendiri. Sehingga adanya peningkatan produksi pada suatu sector dapat mempengaruhi sector yang lainnya (BPS, 2010).

4.2.2 Perkembangan Investasi Waralaba

Waralaba (*franchise*) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchise* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor* dan *franchisor* memberikan bantuan

(*assistance*) terhadap *franchise*. Sebagai imbalannya *franchise* membayar sejumlah uang berupa *initial fee* dan *royalty* (Suharnoko, 2004).

Di Indonesia bentuk usaha bisnis ini juga berkembang dengan pesat, dimana bentuk usaha *franchise* ini banyak digunakan dalam usaha *fast food* seperti KFC, Pizza Hut, Mc Donald, Hotel dan jasa penyewaan mobil. Bentuk ini juga digunakan oleh bisnis local di Indonesia seperti Es Teler 77.

Dengan perkembangan yang pesat tersebut, maka untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum, Pemerintah mengeluarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Keduanya diubah dengan Peraturan No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Perangkat hukum tersebut telah memberikan definisi tersendiri mengenai waralaba.

Pertumbuhan industri waralaba di Indonesia terus menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Asosiasi Franchise Indonesia (AFI), industri ini mencatatkan pertumbuhan rata-rata sebesar 10-15% pertahun sejak masa pandemic yaitu pada tahun 2019. Sektor makanan dan minuman memang telah memberikan kontribusi terbesar dalam industri waralaba berdasarkan data dari kementerian Perdagangan RI. Pada tahun 2021

industri waralaba di Indonesia menyumbang sekitar 1,9% dari PDB, dengan sektor makanan dan minuman berkontribusi 58,37% dan ritel 15,31%.

4.2.3 Perkembangan Konsumsi Waralaba Terhadap Makanan Cepat Saji

Fast food atau makanan cepat saji merupakan makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap, seperti *fried chicken*, *hamburger*, atau *pizza*. Mudah-mudahan memperoleh makanan siap saji dipasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli. Selain itu, pengolahan dan penyimpanan lebih mudah dan cepat, cocok bagi mereka yang selalu sibuk. Kehadiran makanan cepat saji dalam industry makanan di Indonesia juga bisa mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota. Khususnya bagi remaja tingkat menengah ke atas, restoran makanan cepat saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai. Makanan di restoran *fast food* ditawarkan dengan harga terjangkau dengan kantong mereka, sevisnya cepat dan jenis makanannya memenuhi selera.

Makanan cepat saji memenuhi persyaratan bagi kehidupan modern karena cara penyajiannya yang cepat sehingga orang-orang sibuk bias memesan makana cepat saji dan memakannya sambil berdiri ataupun berjalan. Mereka juga bisa menikmati makanan cepat saji di taman-taman di tengah kota sambil beristirahat siang. Zaman moden membawa perubahan besar dalam kehidupan orang-orang terutama remaja-remaja.

Teori konsumerisme yang dikaji oleh Jean P Baudrillard menunjukkan bahwa masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang telah diorganisasi terkait konsumsi daripada produksi barang atau jasa, sehingga masyarakat

kontemporer cenderung menyamakan konsumsi pada tingkat yang lebih tinggi dengan kesuksesan dan kebahagiaan didalam hidupnya. Kajian teori Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi, hal ini berguna untuk memahami perilaku konsumsi masyarakat modern terhadap makanan cepat saji yang semakin menggila. Konsumerisme merupakan suatu proses pemakaian barang atau hasil produksi yang secara sadar atay tidak sadar konsumen mengonsumsi suatu barang secara terus-menerus dan berkelanjutan. Masyarakat yang mengonsumsi suatu barang secara berlebihan, maka masyarakat tersebut dapat dikatakan konsumtif dan menjadikan sebagai gaya hidup mereka.

Makanan cepat saji dinilai sebagai makanan yang praktis dan mudah didapatkan. Melalui tawaran praktis tersebut memberikan daya Tarik bagi masyarakat konsumen sehingga lebih memilih makanan cepat saji untuk dikonsumsi. Kemudahan tersebut salah satunya didorong oleh kemajuan teknologi yang memberikan perbedaan yang sangat signifikan antara perbedaan zaman yang dialami oleh orang tua terdahulu dengan masyarakat yang ada sekarang. Tentu pada era yang serba maju dan canggih ini membuat hamper semua kehidupan manusia serba praktis, sehingga waktu yang digunakan tidak terlalu lama termasuk dalam konsumsi atau yang dikenal sebagai makanan cepat saji.

Dalam beberapa tahun terakhir, makanan cepat saji telah menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat di Indonesia. Berbagai faktor, seperti kesibukan, aksesibilitas, dan pemasaran yang agresif, telah berkontribusi terhadap peningkatan konsumsi makanan cepat saji di kalangan pelajar. Menurut survei

yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, terlihat bahwa 65% pelajar di kota-kota besar mengonsumsi makanan cepat saji setidaknya sekali seminggu. Di sisi lain, hanya 30% masyarakat yang memilih makanan sehat sebagai pilihan utama mereka.

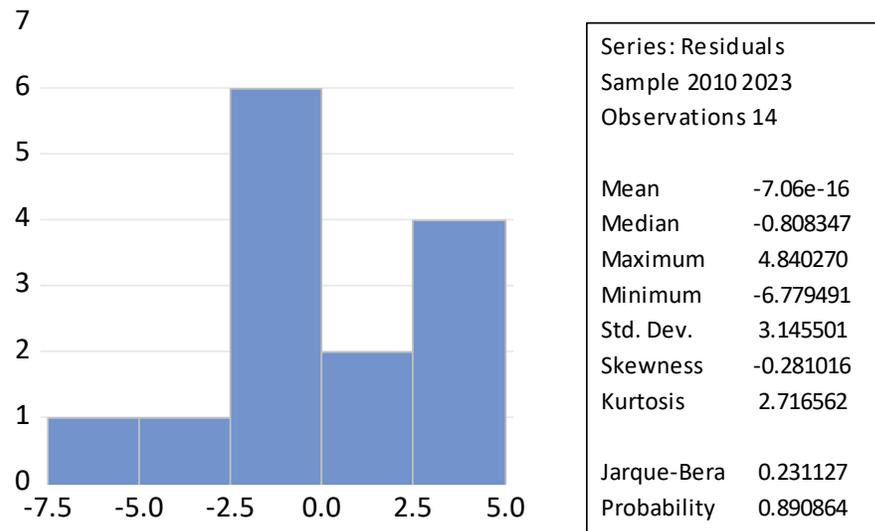
Table 4.1 Hasil Survei Konsumsi Makanan Cepat Saji Per tahun 2023

Sumber : <https://www.bps.go.id/id>

Frekuensi Konsumsi	Persentase (%)
Sekali seminggu	65 %
Dua kali seminggu	20 %
Tiga kali seminggu	10 %
Lebih dari tiga kali seminggu	5 %

4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas



Gambar 4.3 Hasil dari Uji Normalitas

Sumber : Eviews12 dan di olah

Diketahui nilai hasil regresi dari keseluruhan variable independent (X) Konsumsi Waralaba (KW), Investasi, dan Jumlah Perusahaan (JP) terhadap variable dependen (Y) Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan memiliki nilai *Jarque-Bera* 0.231127 dengan nilai prob 0.890864, maka dapat dikatakan lolos uji normalitas, sehingga asumsi normalitas dalam regresi terpenuhi.

b. Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
 Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.044777	Prob. F(3,10)	0.0791
Obs*R-squared	6.683308	Prob. Chi-Square(3)	0.0827
Scaled explained SS	2.926611	Prob. Chi-Square(3)	0.4031

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Eviews12 dan di olah

Dari hasil regresi heteroskedastisitas di atas dengan nilai *probability* Obs*R-squared sebesar 0.0827 (>0.05), maka dapat disimpulkan uji asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi atau lolos uji heteroskedastisitas.

c. Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
 Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	2.010540	Prob. F(2,8)	0.1961
Obs*R-squared	4.683033	Prob. Chi-Square(2)	0.0962

Gambar 4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Sumber : Eviews12 dan di olah

Pada uji autokorelasi ini menggunakan nilai Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test dalam melihat ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan nilai : **F-statistic:** 2.010540 dengan probabilitas (p-value) 0.1961. **Obs*R-squared:** 4.683033 dengan probabilitas (p-value) 0.0962. Artinya model yang digunakan sudah terbebas dari masalah autokorelasi.

d. Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
 Date: 02/21/25 Time: 09:25
 Sample: 2010 2023
 Included observations: 14

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	49.21610	53.56882	NA
KW	0.199768	12.60523	1.809106
INVESTASI	1.05E-08	7.573865	4.050452
JP	1.27E-05	45.55529	4.663404

Gambar 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Eviews12 dan di olah

Diketahui nilai VIF pada variabel independen Konsumsi warabala (KW) sebesar 1.809106, Investasi sebesar 4.050452, Jumlah Perusahaan (JP) sebesar 4.663404 (<10.00) maka dapat disimpulkan bahwa uji multikolinearitas sudah terpenuhi atau sudah lolos uji multikolinearitas

4.3.1 Hasil Analisis Regresi

a. Regresi *Ordinary Least Square (OLS)*

Dependent Variable: PE_SEK__PRDGNGN

Method: Least Squares

Date: 02/21/25 Time: 09:55

Sample: 2010 2023

Included observations: 14

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.85144	7.015418	1.974428	0.0766
KW	0.161049	0.446954	0.360326	0.7261
INVESTASI	8.26E-05	0.000103	0.804382	0.4399
JP	-0.005075	0.003567	-1.422530	0.1853
R-squared	0.320180	Mean dependent var		7.714286
Adjusted R-squared	0.116234	S.D. dependent var		3.814986
S.E. of regression	3.586423	Akaike info criterion		5.627144
Sum squared resid	128.6243	Schwarz criterion		5.809732
Log likelihood	-35.39001	Hannan-Quinn criter.		5.610242
F-statistic	1.569926	Durbin-Watson stat		1.952354
Prob(F-statistic)	0.257345			

Gambar 4.7 Hasil Regresi *Ordinary Least Square (OLS)*

Sumber : Eviews12 dan di olah

Dari hasil regresi di atas yaitu terdapat variable Konsumsi Waralaba (KW), Investasi dan Jumlah Perusahaan (JP), dimana pengaruh KW terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan negatif, tetapi tidak signifikan dengan nilai prob = 0.7261 > 0.05 , variable Investasi tidak signifikan dengan nilai prob = 0.4399 > 0.05 efeknya terhadap PE Sek. Perdagangan sangat kecil dan variable JP menunjukkan hubungan negative dan tidak signifikan dengan nilai prob = 0.1853 > 0.05, artinya secara simultan variable KW, Investasi, dan JP tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan.

b. Interpretasi Model

$$\begin{aligned} & \underline{\text{PERTUMBUHAN EKONOMI SEKTOR PERDAGANGAN =}} \\ & \underline{13.85144 + 0.161049KW + 0,00008.26INVESTASI - 0.005075JP + \varepsilon} \end{aligned}$$

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 13.85144 maka bisa diartikan bahwa variabel independen naik satu satuan secara rata, maka variable dependen akan menurun sebesar 13.85144
- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel Konsumsi Waralaba adalah 0.161049 dimana variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung = 0.360326 dan nilai probability sebesar 0.7261 (di atas $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara konsumsi waralaba dengan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan adalah negatif dan tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai konsumsi waralaba mengalami kenaikan maka pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan akan mengalami penurunan. Oleh sebab itu variabel konsumsi waralaba terbukti berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, maka hipotesis (H_1) diterima.
- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel Investasi adalah 0,00008.26 dimana variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung = 0.804382 dan nilai probability sebesar 0.4399 (di atas $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara

Investasi dengan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan adalah negatif dan tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai konsumsi waralaba mengalami kenaikan maka pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan akan mengalami penurunan. Oleh sebab itu variabel Investasi terbukti berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, maka hipotesis ($H1$) diterima.

- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel Jumlah Perusahaan adalah -0.005075 dimana variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = -1.422530 dan nilai probability sebesar 0.1853 (di atas $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Jumlah Perusahaan dengan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan adalah negatif dan tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai konsumsi waralaba mengalami kenaikan maka pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan akan mengalami penurunan. Oleh sebab itu variabel Jumlah Perusahaan terbukti berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, maka hipotesis ($H1$) diterima.

4.3.2 Uji Statistk

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variable secara individual atau masing-masing dalam menjelaskan variable terikat.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.85144	7.015418	1.974428	0.0766
KW	0.161049	0.446954	0.360326	0.7261
INVESTASI	8.26E-05	0.000103	0.804382	0.4399
JP	-0.005075	0.003567	-1.422530	0.1853

Gambar 4.8 Hasil Uji-t

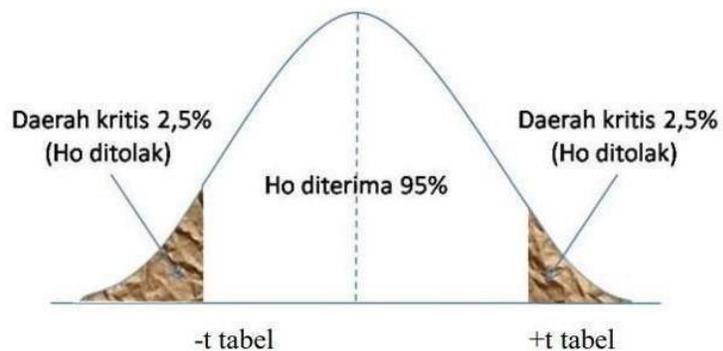
Sumber : Eviews12 dan di olah

- Variable Konsumsi Waralaba (KW) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.360326 dengan nilai prob. $0.7261 > 0.05$ maka dapat disimpulkan KW pengaruhnya tidak signifikan secara statistik terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan.
- Variable Investasi memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.804382 dengan nilai prob $0.4399 > 0.05$ maka dapat disimpulkan Investasi pengaruhnya tidak signifikan dan tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap variable Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan.
- Variable Jumlah Perusahaan (JP) memiliki nilai *t-statistic* sebesar -1.422530 dengan nilai prob 0.1853 yang artinya pengaruh JP terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan adalah negatif tetapi tidak signifikan secara statistic dengan kata lain perubahan JP tidak memiliki

dampak yang cukup terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan.

Uji-t dilakukan untuk melihat signifikan dari konsumsi waralaba, investasi waralaba dan jumlah perusahaan waralaba terhadap pertumbuhan ekonomi sector perdagangan di Indonesia.

- Hipotesis H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel Konsumsi Waralaba, Investasi Waralaba Dan Jumlah Perusahaan Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sector Perdagangan di Indonesia).
- Hipotesis H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara Konsumsi Waralaba, Investasi Waralaba Dan Jumlah Perusahaan Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sector Perdagangan di Indonesia).



Gambar 4.8 Hasil Uji-t

Terima H_0 jika $-t_{table} < t_{hitung} < t_{table}$

Hal lain tolak H_0 atau dalam distribusi kurva normal t terdapat digambarkan sebagai berikut. Mekan sesuai kriteria uji maka terima H_0 atau tolak H_0 .

b. Uji Simultan (Uji F)

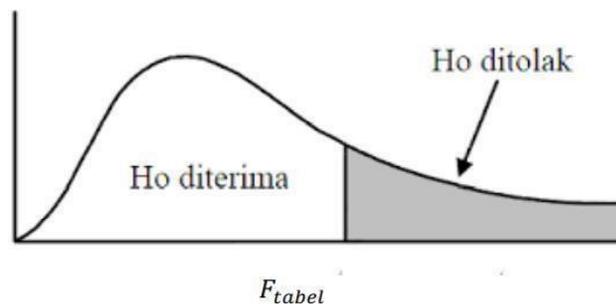
R-squared	0.320180
Adjusted R-squared	0.116234
S.E. of regression	3.586423
Sum squared resid	128.6243
Log likelihood	-35.39001
F-statistic	1.569926
Prob(F-statistic)	0.257345

Gambar 4.9 Hasil dari Uji F

Sumber : Eviews12 dan di olah

Dari hasil regresi variable independent (X) yaitu Konsumsi Waralaba (KW), Investasi, dan Jumlah Perusahaan (JP), terhadap variable dependen (Y) yaitu Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan. Dengan nilai F-statistik 1.569926, dan nilai probability sebesar 0.257345 (> 0.05) menunjukkan bahwa variable independent (X) tidak signifikan secara simultan terhadap variable dependen (Y).

Uji-F dilakukan untuk melihat signifikan dari konsumsi waralaba, investasi waralaba dan jumlah perusahaan waralaba terhadap pertumbuhan ekonomi sector perdagangan di Indonesia.



- Hipotesis $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel Konsumsi Waralaba, Investasi Waralaba

Dan Jumlah Perusahaan Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sector Perdagangan di Indonesia).

- Hipotesis $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara Konsumsi Waralaba, Investasi Waralaba Dan Jumlah Perusahaan Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sector Perdagangan di Indonesia).

4.4 Pembahasan

a. Pengaruh Konsumsi Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata tidak signifikan dikarenakan nilai probabilitasnya 0.7261 ($\alpha > 0.05$). Maka dapat disimpulkan Konsumsi Waralaba tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumsi Waralaba hanya berdampak kecil pada peningkatan pertumbuhan ekonomi, karena nilai probabilitas yang ditunjukkan lebih besar dari nilai signifikan.

Berdasarkan hasil regresi di atas yang tidak signifikan antara konsumsi waralaba dengan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan terdapat penelitian yang menunjukkan hasil serupa pada penelitian (Eko Wibowo, 2007). Hasil analisis menunjukkan bahwa initial fee dan reputasi waralaba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan jaringan waralaba.

Konsumsi waralaba (*franchise*) berdampak kecil pada peningkatan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan dikarenakan banyak waralaba

populer yang berasal dari luar negeri. Sebagian besar keuntungan yang diperoleh dikirim Kembali ke negara asal (repatiasi laba), sehingga kontribusi langsungnya terhadap ekonomi lokal menjadi terbatas. Kehadiran waralaba besar bisa meredupkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal.

b. Pengaruh Investasi Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan variable Investasi tidak signifikan dengan nilai prob = 0.4399 > 0.05 efeknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan sangat kecil. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitasnya lebih besar dari tingkat signifikan yang di tetapkan.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan, Investasi, tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan. Hal ini juga ditemukan dalam penelitian (Afifah et al., 2008) menunjukkan bahwa variabel investasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Investasi waralaba memiliki pengaruh kecil terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan karena banyak waralaba dimiliki oleh perusahaan besar atau investor tertentu, sehingga keuntungan cenderung terakumulasi pada pihak-pihak tersebut. Dampak ekonominya tidak menyebar merata dalam sektor perdagangan lokal. Sektor perdagangan yang berkembang pesat biasanya didorong oleh ekspor atau penjualan ke luar daerah. Namun, waralaba sering kali hanya melayani pasar

lokal atau nasional, sehingga kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi melalui perdagangan antar daerah atau internasional terbatas.

c. Pengaruh Jumlah Perusahaan Waralaba Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan variable JP positif tetapi tidak signifikan dengan nilai prob = $0.1853 > 0.05$, efeknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan sangat kecil. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitasnya lebih besar dari tingkat signifikan yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan, variabel Jumlah Perusahaan (JP) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan. Hal ini ditemukan dalam penelitian oleh (Taufik et al., 2018) , penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jumlah perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap PDRB.

Meskipun perusahaan makanan cepat saji tumbuh pesat, kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan relatif kecil dibandingkan sektor-sektor lain seperti manufaktur atau ekspor. Mayoritas pendapatan dari makanan cepat saji berasal dari konsumsi lokal, bukan ekspor. Hal ini membatasi dampaknya pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi dengan variable dependen Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Konsumsi Waralaba (KW) memiliki pengaruh negatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan, namun pengaruhnya tidak signifikan dengan nilai probabilitas 0.7261 ($\alpha > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa perubahan dalam konsumsi waralaba tidak memiliki dampak yang berarti terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan.
- b. Investasi memiliki pengaruh yang sangat kecil dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, dengan nilai probabilitas 0.4399 > 0.05. Ini menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan dalam sektor waralaba belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan sektor perdagangan.
- c. Jumlah Perusahaan (JP) memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, tetapi pengaruhnya sangat kecil dan tidak signifikan dengan nilai probabilitas 0.1853 > 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah perusahaan waralaba tidak berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan.
- d. Hasil Uji Simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, variabel independen (KW, Investasi, JP) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap

variabel dependen (Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan) dengan nilai probabilitas 0.257345 (> 0.05).

5.2 Saran

- a. Meskipun investasi dalam sektor waralaba tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan, upaya peningkatan daya tarik investasi tetap perlu dilakukan. Pemerintah dan pelaku usaha dapat bekerja sama dalam memberikan insentif investasi yang lebih menarik untuk meningkatkan kontribusinya terhadap ekonomi.
- b. Konsumsi waralaba yang ada saat ini belum memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan inovasi dalam produk serta layanan waralaba perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak konsumen.
- c. Meskipun jumlah perusahaan waralaba meningkat, efeknya terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan masih kecil. Fokus tidak hanya pada jumlah perusahaan, tetapi juga pada peningkatan daya saing dan efisiensi operasional agar kontribusinya lebih besar terhadap sektor perdagangan.
- d. Digitalisasi bisnis dapat menjadi faktor pendorong bagi pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Pemanfaatan e-commerce, pemasaran digital, serta layanan berbasis teknologi dapat meningkatkan efektivitas bisnis waralaba dan memperluas pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., Djoemadi, F. R., Jurusan, M. A., Ekonomi, I., Bisnis, F., Ekonomika, D., & Surabaya, U. (2008). *Pengaruh Keterbukaan Perdagangan, Investasi, Inflasi, dan Angkatan Kerja terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Delapan Negara ASEAN*.
- Akhmad, A., Fahlevi, S., & Mustika, R. (2016). *Pengaruh Jumlah Unit Usaha Dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Menengah Di Kabupaten Sidoarjo*.
- Alon, I., Apriliyanti, I. D., & Parodi, M. C. H. (2021). A systematic review of international franchising. *Multinational Business Review*, 29(1), 43–69. <https://doi.org/10.1108/MBR-01-2020-0019>.
- Badan Pusat Statistik (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Sektor Perdagangan Tahun 2010-2023*. Indonesia: BPS www.bps.go.id
- Badan Pusat Statistik (2023). *Realisasi Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri Menurut Sektor Ekonomi (23 Sektor) (Juta US\$) Tahun 2010-2023*. Indonesia: BPS www.bps.go.id
- Badan Pusat Statistik (2023). *Konsumsi Waralaba Makanan Cepat Saji Tahun 2010-2023*. Indonesia: BPS www.bps.go.id
- Camenia Jamil, P., & Restu Hayati, (2020). Penanaman Modal Asing di Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(2). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Dewi Ernita, O. :, Amar, S., & Syofyan, E. (2013). *Konsumsi Di Indonesia: Vol. I (Issue 02)*.

- Domino's (2023). *Jumlah Perusahaan Tahun 2010-2023*. Indonesia: Domino's
<https://pizza-restoran.dominos.co.id/>
- Dwi, R., Hulu, L., & Ibrahim, H. (2017). *Pengaruh Bisnis Internasional Terhadap
Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*.
- Eko Wibowo, Ir, MM. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Pertumbuhan Jaringan Waralaba*.
- Grzelak, K. (2013) 'Franchising as a Concept of Entrepreneurship Development
in The SME Sector', *Modern Entrepreneurship in Business Practice*, pp. 47–
61.
- Hidayat Nugroho, R., & Respati Kusumasari, I. (2019). *Perkembangan Franchise
Di Indonesia*.
- HokBen (2023). *Jumlah Perusahaan Tahun 2010-2023*. Indonesia: HokBen
www.hokben.co.id
- KFC (2023). *Jumlah Perusahaan Tahun 2010-2023*. Indonesia: KFC
<https://kfcku.com/>
- Kuncoro, M. (2006). *Ekonomika pembangunan. Teori, masalah, dan kebijakan*.
Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Ma, A., Latri Wihastuti, dan, & Lingkar Selatan, J. (2008). *Pertumbuhan Ekonomi
Indonesia: Determinan dan Prospeknya*. In *Jurnal Ekonomi dan Studi
Pembangunan* (Vol. 9, Issue 1).
- Mazwan, M. Z., Imran, M. I., & Mumpuni, G. (2022). *Selera Penduduk Kota
Terhadap Fast Food (Studi Kasus Konsumen 7sevenchicken Malang*,

- Indonesia). *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 289–298.
<https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.289-298>
- McDonald's (2023). *Jumlah Perusahaan Tahun 210-2023*. Indonesia: McD
www.mcdonalds.co.id
- Murti Syafiina, A., & Retno Cahyani, R. (2024). Waralaba Franchise di Indonesia. *Bisnis Dan Digital (JIMaKeBiDi)*, 1(2).
- Nurmalina, Rita, Sarianti, Tintin, & Karyadi, Arif. (2018). *Studi kelayakan bisnis*. PT Penerbit IPB Press.
- Permatasari, D., Wahyuningsih, T. H., Ilmu, S. T., Ykpn, M., & -Indonesia, Y. (2020). *CAKRAWANGSA BISNIS Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta*. 1(1). <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- Pizza Hut (2023). *Jumlah Perusahaan Tahun 2010-2023*. Indonesia: Pizza Hut
www.pizzahut.co.id
- Purnomo, A., Afia, N., Prasetyo, Y. T., Rosyidah, E., Persada, S. F., Maulana, F. I., & Meiryani. (2022). Business Model on M-Business: A Systematic Review. *Procedia Computer Science*, 215, 955–962.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.098>
- Purnomo, A., Susanti, T., Anisah, H. U., Sari, A. K., & Maulana, F. I. (2021). Value of m-commerce research: A bibliometric perspective. *Proceedings of 2021 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2021*, 813–818.
<https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9534928>

- Purwanto, Y., Syauqi, T. M., & Zikri, T. M. (2023). Analisis Sistem Waralaba Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Indomarco Prismatama Tanjung Morawa. *Journal Economic Management and Business*, 2(1).
- Qureshi, J. A., Qureshi, M. S., & Qureshi, M. A. (2018). Mitigating Risk of Failure by Expanding Family Entrepreneurship and Learning from International Franchising Experiences of Johnny Rockets: A Case Study in Pakistan. *International Journal of Experiential Learning & Case Studies*, 3(1), 110–127. <https://doi.org/10.22555/ijelcs.v3i1.1972>.
- Redjeki, S., Kantor, S., Sri, A., Slamet, R., Partners, J., Bungur Besar, R., Blok, A., 85, N., & Pusat, J. (2011). Waralaba (Franchise) Di Indonesia. In *Waralaba (Franchise) di Indonesia Lex Jurnalica* (Vol. 8, Issue 2).
- Rizal, N. A., & Aslami, N. (n.d.-a). Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (Franchise). *JOSR: Journal of Social Research Maret*, 2022(4), 284–288. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Roswita Hafni, 2024. *Statistika Ekonomi*, Medan : Perdana Publishing
- Sejati, Bayu, Sutrisna, Aria. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*. “Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen”. ISSN: 2461-0593. Volume 15. Nomor 3. Maret 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sofwan, A. M., Putra, D. P., & Efendi, L. (2023). *Tsarwah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Penerapan Metode Net Present Value (NPV) Pada Kelayakan Investasi Syariah Waralaba Mixue di Indonesia*. 8(1), 22–29.

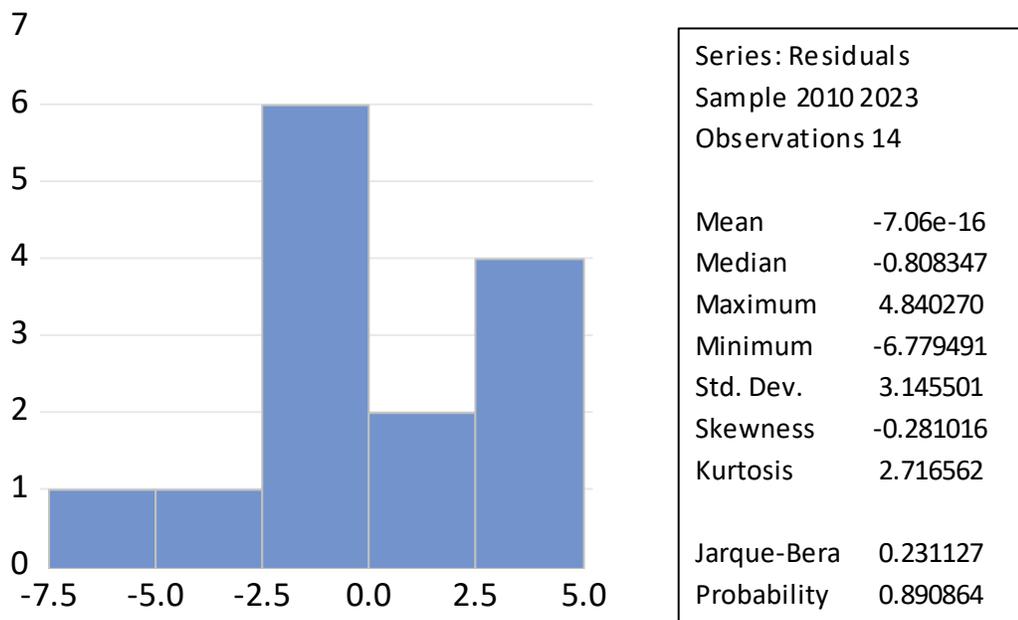
- Sri Endang Rahayu, 2020. *Perekonomian Indonesia*, Medan : Perdana Publishing.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Makroekonomi : Teori Pengantar*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Taufik, M., Utami Permas, T., Utami, W., Harahap, Y. (2018). *Pengaruh Tenaga Kerja, Jumlah Perusahaan dan Biaya Input Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sub Sektor Industri Besar dan Sedang di Sumatera Utara Periode 2001-2015* (Vol. 18, Issue 2).
- Todaro, Michael P. 2000. *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*. Jakarta. Erlangga.
- Todaro, P. M., & Stephen. C. S. (2006). *Pembangunan ekonomi* . Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Umam, K., Susanto, R., & Pangesti, I. (2023). Dampak Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Pendekatan Difference In Differences. In *Journal of Applied Business and Economic (JABE)* (Vol. 9, Issue 4).
- YULIANTI, I. K. A. (2018). *PENGARUH TENAGA KERJA DAN INVESTASI DALAM NEGERI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI PROVINSI BANTEN TAHUN 2013-2016*. Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" Banten.

LAMPIRAN

A. Data mentah sebelum di olah

TAHUN	SEKTOR PERDAGANGAN	KW	INVESTASI	JP
2010	9,30	9,5	506,70	810
2011	9,6	10,98	723,00	890
2012	8,9	10,33	2.045,40	1000
2013	13,88	4,07	3.606,70	1136
2014	10,51	9,49	2.249,27	1390
2015	6,23	7,54	5.403,89	1588
2016	4,88	8,33	6.073,30	1631
2017	11,16	9,23	8.509,60	1811
2018	7,65	7,91	15.526,13	2014
2019	5,02	7,78	36.602,52	2247
2020	-2,09	1,58	27.872,70	2309
2021	7,42	2,54	26.517,50	2282
2022	10,04	4,9	54.937,00	2344
2023	5,5	4,47	54.827,90	2602

B. Hasil Uji Normalitas



C. Hasil Uji Heteroskedastitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.044777	Prob. F(3,10)	0.0791
Obs*R-squared	6.683308	Prob. Chi-Square(3)	0.0827
Scaled explained SS	2.926611	Prob. Chi-Square(3)	0.4031

D. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	2.010540	Prob. F(2,8)	0.1961
Obs*R-squared	4.683033	Prob. Chi-Square(2)	0.0962

E. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 02/21/25 Time: 09:25
Sample: 2010 2023
Included observations: 14

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	49.21610	53.56882	NA
KW	0.199768	12.60523	1.809106
INVESTASI	1.05E-08	7.573865	4.050452
JP	1.27E-05	45.55529	4.663404

F. Hasil Analisis Regresi

Dependent Variable: PE_SEK__PRDGNGN

Method: Least Squares

Date: 02/21/25 Time: 09:55

Sample: 2010 2023

Included observations: 14

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.85144	7.015418	1.974428	0.0766
KW	0.161049	0.446954	0.360326	0.7261
INVESTASI	8.26E-05	0.000103	0.804382	0.4399
JP	-0.005075	0.003567	-1.422530	0.1853

R-squared	0.320180	Mean dependent var	7.714286
Adjusted R-squared	0.116234	S.D. dependent var	3.814986
S.E. of regression	3.586423	Akaike info criterion	5.627144
Sum squared resid	128.6243	Schwarz criterion	5.809732
Log likelihood	-35.39001	Hannan-Quinn criter.	5.610242
F-statistic	1.569926	Durbin-Watson stat	1.952354
Prob(F-statistic)	0.257345		

G. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.85144	7.015418	1.974428	0.0766
KW	0.161049	0.446954	0.360326	0.7261
INVESTASI	8.26E-05	0.000103	0.804382	0.4399
JP	-0.005075	0.003567	-1.422530	0.1853

H. Hasil Uji f

R-squared	0.320180
Adjusted R-squared	0.116234
S.E. of regression	3.586423
Sum squared resid	128.6243
Log likelihood	-35.39001
F-statistic	1.569926
Prob(F-statistic)	0.257345



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 4028/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/2/9/2024

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 2/9/2024

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
NPM : 2005180030
Program Studi : ~~Ekonomi Pembangunan~~
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : 1. besarnya modal yang ditanamkan kepada Richeese Factory belum menunjukkan penyebab naiknya perusahaan Richeese Factory
2. meningkatnya jumlah pesaing yang sejenis seperti McDonald's sehingga berdampak pada turunnya omset penjualan di Richeese Factory
3. harga yang diberikan oleh Richeese Factory masih tergolong lebih mahal daripada harga yang diberikan oleh McDonald's

Rencana Judul : 1. Analisis Investasi Waralaba (Franchise) Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Richeese Factory Di Indonesia
2. Analisis Penanaman Modal Asing Brand Mcdonald'S Terhadap Richeese Factory Di Sumatera Utara
3. Analisis Perbandingan Harga Produk Mcdonald'S Dan Richeese Factory

Objek/Lokasi Penelitian : Richeese Factory

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Dwi Rizky Anggun Ramadhani)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 4028/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/2/9/2024

Nama Mahasiswa : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
NPM : 2005180030
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Pengajuan Judul : 2/9/2024
Nama Dosen Pembimbing¹⁾ : Hastina Febrianty, S.E., M.Si
Judul Disetujui²⁾ : Analisis Investasi Waralaba
(Franchise) Pada Perusahaan
Makanan Cepat Saji Richeese
Factory di Indonesia

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan


(Dr. Prawidya Hariani RS., SE., M.Si)

Medan,

Dosen Pembimbing


(.....)

Keterangan:

¹⁾ Ditetapkan oleh Pimpinan Program Studi

²⁾ Ditanda-tangani oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Pihak dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembar ini ke-2 via portal ekm online "Upload Pengajuan Judul Skripsi"



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : DWI RIZKY ANGGUN RAMADHANI
NPM : 2005180030
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Konsentrasi : RISET EKONOMI DAN BISNIS
Nama Dosen Pembimbing : HASTINA FEBRIANTY, S.E., M.Si
Judul Penelitian : ANALISIS INVESTASI WARALABA (FRANCHISE) PADA PERUSAHAAN MAKANAN CEPAT SAJI RICHEESE FACTORY DI INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- tambahkan data tln 2011-2023 mengenai penambahan penjualan - tambahkan rumusan masalah	3/20/7-24 3/13/8-24 3/9-24	
Bab 2	- tambahkan grand teori - tambahkan kerangka konseptual - tambahkan teori investasi	3/25-7-24 13/8-24 3/9-24	
Bab 3	- tambahkan analisis deskriptif - tambahkan teknik sampel	25-7-24 13/8-24 1/9-24	
Daftar Pustaka	Tambahkan sumber pustaka	3/9-24	
Instrumen Pengumpulan Data	Menggunakan Analisis deskriptif	25-7-24 13-8-24 1/9-24	
Persetujuan Seminar Proposal	ACC Seminar	3/9-24	

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Medan, 25 Juli 2024

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

Dr. Prawidya Hariani RS., S.E., M.Si

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing

Hastina Febrianty, S.E., M. Si



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini Jumat, 04 Oktober 2024 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan menerangkan bahwa :

N a m a : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
N .P.M. : 2005180030
Tempat / Tgl.Lahir : Saentis, 10 Desember 2001
Alamat Rumah : Dusun XVII Tambak Bayan
JudulProposal : Analisis Investasi Waralaba (Franchise) Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Richeese Factory di Indonesia

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Analisis Investasi Waralaba pada perusahaan makanan cepat saji. Ditunjang dengan Perumbuhan Ekonomi di Indonesia (Studi kasus Richeese Factory).
Bab I	+ Ditunjang pertumbuhan ekonomi
Bab II	+ Teori Perilaku Konsumen, Investasi, Risiko, Resiko.
Bab III	Analisis Data
Lainnya	
Kesimpulan	<input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Jumat, 04 Oktober 2024

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS, SE.,M.Si.

Pembimbing

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pembanding

Hastina Febrianty, S.E., M.Si

Dra. Hj. Roswita Hafni, M.Si.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari **Jumat, 04 Oktober 2024** menerangkan bahwa:

Nama : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
N.P.M. : 2005180030
Tempat / Tgl.Lahir : Saentis, 10 Desember 2001
Alamat Rumah : Dusun XVII Tambak Bayan
JudulProposal : Analisis Investasi Waralaba (Franchise) Pada Perusahaan Makanan Cepat Saji Richeese Factory di Indonesia

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Hastina Febrianty, S.E., M.Si*

Medan, Jumat, 04 Oktober 2024

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS,SE.,M.Si.

Pembimbing

Hastina Febrianty, S.E., M.Si

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pembanding

Dra. Hj. Roswita Hafni, M.Si.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan

Assoc.Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama : Dwi Rizky Anggun Ramadhani
NPM : 2005180030
Tempat/ Tanggal Lahir : Saentis, 10 Desember 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Dusun XVII Tambak Bayan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Email : dwirizkyanggun10@gmail.com
HP : 0831-9318-1648
2. Nama Orang Tua
Ayah : Selamat Harianto
Ibu : Sri Murni
3. Jenjang Pendidikan
 - SD Pahlawan Nasional Medan Tahun 2014
 - SMP Pahlawan Nasional Medan Tahun 2017
 - SMKS IT Marina Al-Hidayah Medan Tahun 2020
 - Tercatat sebagai Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2025 sampai sekarang.

Medan, Februari 2025

Hormat Saya

Dwi Rizky Anggun Ramadhani