

INVESTASI CERDAS DAN BISNIS WARALABA: JALAN MERAH KESUKSESAN BISNIS

Smart Investment and Franchise Entrepreneurship: Pathways to Business Success

Glisina Dwinoor Rembulan^{1)*}, Tannia²⁾, Sophia Reni Susilo³⁾, Lavina Christy⁴⁾, Ferry
Krisna⁵⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾Program studi Manajemen, Universitas Bunda Mulia

Diajukan 27 Agustus 2025 / Disetujui 30 September 2025

Abstrak

Investasi cerdas dan bisnis waralaba merupakan dua pilar penting dalam membangun kemandirian ekonomi serta meningkatkan daya saing wirausaha. Artikel ini membahas strategi literasi keuangan sejak usia muda, pemilihan instrumen investasi yang tepat, serta peluang pengembangan bisnis waralaba yang berkelanjutan. Melalui kajian literatur dan praktik terbaik dari para pakar serta pelaku usaha, diperoleh pemahaman bahwa literasi finansial berperan signifikan dalam mendukung perencanaan keuangan individu, menghindari dari risiko investasi bodong, serta mendorong keberanian memulai bisnis. Bisnis waralaba, sebagai salah satu model kewirausahaan modern, menawarkan keunggulan berupa merek yang telah dikenal, sistem yang terstandarisasi, serta peluang ekspansi yang lebih cepat dibandingkan usaha konvensional. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kombinasi antara investasi cerdas dan pemilihan waralaba yang tepat menjadi kunci bagi wirausaha untuk meraih keberhasilan bisnis. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi literasi keuangan dan strategi kewirausahaan dalam membentuk generasi wirausaha yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing global.

Kata Kunci: Investasi cerdas, Bisnis waralaba, Kewirausahaan, Kesuksesan bisnis

Abstract

Smart investment and franchise business are two key pillars in fostering economic independence and enhancing entrepreneurial competitiveness. This article explores financial literacy strategies from an early age, the selection of appropriate investment instruments, and the sustainable development of franchise businesses. Drawing on literature reviews and best practices from experts and practitioners, the discussion highlights that financial literacy plays a significant role in supporting personal financial planning, preventing fraudulent investments, and encouraging individuals to start businesses. Franchise entrepreneurship, as a modern business model, offers advantages such as established brand recognition, standardized systems, and faster growth opportunities compared to conventional enterprises. The findings suggest that combining smart investment with the right franchise choice is a critical pathway to achieving business success. These insights emphasize the importance of integrating financial literacy and entrepreneurial strategies in shaping resilient, adaptive, and globally competitive entrepreneurs.

Keywords: Smart investment, Franchise business, Entrepreneurship, Business success

* Korespondensi Penulis:
Email: grembulan@bundamulia.ac.id

Pendahuluan

Kemandirian ekonomi dan daya saing wirausaha semakin ditentukan oleh kemampuan generasi muda dalam memahami literasi keuangan dan strategi berinvestasi sejak dini. Kewirausahaan adalah sikap mental dan jiwa yang senantiasa aktif atau kreatif, berdaya, penuh inisiatif, sederhana, serta berusaha untuk meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya (Rembulan, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi dan pencapaian kesejahteraan finansial jangka panjang (Lusardi & Mitchell, 2014; Friedline, West, & Orozco, 2019). Literasi keuangan tidak hanya berperan dalam perencanaan finansial, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi keberanian individu untuk mengambil peluang kewirausahaan di tengah dinamika ekonomi global.

Bisnis waralaba merupakan salah satu model kewirausahaan modern yang semakin diminati karena memberikan peluang usaha dengan risiko relatif lebih terukur. Model ini menawarkan dukungan berupa merek yang telah dikenal, sistem operasional yang terstandarisasi, serta peluang ekspansi yang lebih cepat dibandingkan usaha konvensional (Kaufmann & Eroglu, 1999; Welsh, Alon, & Falbe, 2006). Dalam konteks di Indonesia, pertumbuhan bisnis waralaba juga didorong oleh peningkatan konsumsi masyarakat perkotaan dan kebutuhan akan format bisnis yang praktis serta adaptif (Raharjo, 2023). Dengan demikian, bisnis waralaba dapat menjadi salah satu jalur strategis bagi wirausaha pemula untuk masuk ke dunia bisnis dengan kesiapan yang lebih tinggi. Jumlah kontribusi omset yang besar bukan tidak mungkin menjadikan sektor ini menjadi daya tarik untuk membentuk wirausaha wirausaha baru (Rembulan, 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, tantangan wirausaha semakin kompleks. Inovasi dan kemampuan adaptasi menjadi syarat utama bagi wirausaha untuk bertahan dalam persaingan (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017; Maritz & Donovan, 2015). Waralaba dipandang sebagai salah satu bentuk kewirausahaan yang mampu menjawab tantangan tersebut karena mengintegrasikan sistem bisnis mapan dengan peluang inovasi lokal. Kombinasi antara strategi investasi yang cerdas dengan pemilihan waralaba yang tepat berpotensi menciptakan wirausaha tangguh yang tidak hanya sukses di tingkat nasional tetapi juga mampu bersaing secara global.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, seminar “Cerdas Berinvestasi dan Sukses Berbisnis Waralaba” yang dilaksanakan pada Mei 2025 menghadirkan akademisi dan praktisi dari bidang investasi dan kewirausahaan. Diskusi yang diikuti oleh lebih dari 110 peserta ini menekankan pentingnya investasi sejak dini, strategi diversifikasi portofolio, serta praktik nyata dalam membangun bisnis waralaba. Data dan wawasan dari seminar tersebut menjadi dasar pembahasan artikel ini untuk menganalisis keterkaitan antara literasi keuangan, investasi cerdas, dan strategi bisnis waralaba sebagai jalan menuju kesuksesan wirausaha di era kompetisi global.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif dalam seminar “Cerdas Berinvestasi dan Sukses Berbisnis Waralaba” yang diselenggarakan secara hybrid,

menggabungkan pertemuan luring di Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Seoul dengan sesi daring melalui *platform* Zoom. Kegiatan seminar dihadiri oleh lebih dari 110 peserta dari kalangan mahasiswa dan masyarakat umum, serta menghadirkan narasumber akademisi dan praktisi di bidang investasi dan kewirausahaan waralaba.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi materi seminar, catatan observasi, serta diskusi interaktif antara narasumber dan peserta. Materi yang dikaji mencakup literasi keuangan dasar, strategi investasi, serta peluang bisnis waralaba, yang disampaikan dengan pendekatan aplikatif berbasis pengalaman nyata. Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur terkait literasi keuangan, investasi cerdas, dan bisnis waralaba dari jurnal, buku, serta publikasi relevan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menekankan pada identifikasi tema utama, perbandingan dengan teori kewirausahaan dan literasi keuangan, serta refleksi praktis dari pengalaman narasumber. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan materi seminar, hasil diskusi, dan literatur pendukung. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai keterkaitan antara literasi keuangan, strategi investasi, dan bisnis waralaba sebagai jalan menuju kesuksesan wirausaha.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Kegiatan

1. Literasi Keuangan dan Instrumen Investasi Dasar

Materi seminar menunjukkan bahwa pemahaman instrumen keuangan sederhana seperti deposito, surat berharga, dan saham menjadi pintu masuk literasi keuangan. Hal ini penting karena literasi keuangan terbukti memengaruhi perilaku keuangan individu, termasuk kemampuan menabung, mengelola hutang, dan berinvestasi (Lusardi & Mitchell, 2014). Bagi pekerja migran Indonesia, pengetahuan ini memiliki nilai strategis: remitansi yang selama ini dominan digunakan untuk konsumsi dapat dialihkan sebagian menjadi investasi produktif. Dalam literatur, pendekatan ini sejalan dengan Friedline et al. (2019) yang menekankan perlunya integrasi *financial capability* untuk menciptakan kesejahteraan jangka panjang. Dengan demikian, tahap awal berupa edukasi instrumen investasi dasar berimplikasi langsung pada kemandirian ekonomi rumah tangga.

2. Peluang Bisnis Waralaba

Waralaba menjadi salah satu model bisnis yang efektif bagi wirausaha pemula karena menawarkan sistem yang sudah teruji. Seminar menekankan bahwa faktor seperti kekuatan merek, dukungan prinsipal, dan strategi branding merupakan penentu utama keberhasilan. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan Kaufmann & Eroglu (1999) yang menyoroti keseimbangan antara standardisasi dan adaptasi dalam sistem waralaba. Penelitian Welsh et al. (2006) juga menegaskan bahwa waralaba di pasar negara berkembang cenderung berhasil bila ada kombinasi antara reputasi merek dan fleksibilitas adaptasi lokal. Dalam konteks di Indonesia, pengalaman praktisi memperlihatkan bahwa waralaba tumbuh pesat karena masyarakat lebih percaya pada *brand* mapan daripada usaha konvensional baru. Temuan ini mengimplikasikan perlunya calon wirausaha untuk melakukan *due diligence* sebelum memilih waralaba agar risiko kegagalan dapat diminimalkan.

3. Studi Kasus Usaha Jasa

Pembahasan pada sesi *barbershop* memperlihatkan penerapan teori kewirausahaan dalam konteks usaha jasa. Pemilihan lokasi usaha, efisiensi operasional, serta analisis *break even point* menjadi komponen utama. Hal ini konsisten dengan Shane (2003) yang menyatakan bahwa keberhasilan wirausaha merupakan hasil dari interaksi antara individu, peluang, dan konteks. Pengalaman empiris dari narasumber menunjukkan bahwa manajemen yang cermat pada tahap awal usaha dapat menentukan keberlanjutan jangka panjang. Di sisi lain, inovasi dalam layanan, seperti strategi pemasaran berbasis komunitas atau customer experience, juga menjadi faktor pembeda dalam persaingan. Dengan demikian, studi kasus barbershop bukan hanya inspirasi praktis, tetapi juga bukti bahwa teori kewirausahaan relevan untuk sektor jasa.

4. Kolaborasi Lintas Sektor

Dukungan yang diberikan oleh lembaga keuangan, korporasi, media, dan institusi pendidikan dalam penyelenggaraan seminar mencerminkan pentingnya *entrepreneurial ecosystem*. Hisrich et al. (2017) menekankan bahwa kewirausahaan berkelanjutan hanya dapat berkembang bila ada sinergi antara modal finansial, modal sosial, dan modal intelektual. Dalam kegiatan ini, keterlibatan sponsor menunjukkan bahwa sektor keuangan dan industri memiliki peran penting dalam mendukung literasi keuangan masyarakat. Sementara itu, keterlibatan perguruan tinggi memperkuat transfer pengetahuan akademik ke publik. Implikasi dari kolaborasi lintas sektor ini adalah terbentuknya jaringan dukungan yang dapat memperkuat kapasitas wirausaha, agar lebih siap bersaing di tingkat global.



Gambar 1. Seluruh Peserta dan Panitia dalam kegiatan seminar “Cerdas Berinvestasi dan Sukses Berbisnis Waralaba”

Partisipasi aktif para peserta dan narasumber memberikan nilai tambah berupa perspektif empiris dan inspiratif. Dengan pendekatan kolaboratif ini, kegiatan semacam ini

diharapkan dapat menjadi model berkelanjutan dalam menjembatani pengembangan kapasitas individu dengan pembangunan sosial-ekonomi bangsa, baik di dalam maupun luar negeri.

Pembahasan

1. Implikasi Praktis

Hasil analisis menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan melalui pemahaman instrumen investasi dasar sangat relevan bagi masyarakat umum. Pengetahuan ini dapat membantu mengelola remitansi secara lebih produktif dan mengurangi kerentanan terhadap investasi ilegal. Selain itu, model bisnis waralaba terbukti menjadi jalur strategis untuk memulai usaha karena menawarkan risiko yang relatif lebih terukur. Praktisi usaha jasa, seperti *barbershop*, juga memberikan pembelajaran nyata bahwa keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh manajemen operasional, analisis biaya, dan strategi pemasaran. Bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan, temuan ini memberikan masukan penting untuk merancang program literasi keuangan yang lebih terintegrasi dengan pelatihan kewirausahaan, sehingga mampu membentuk wirausaha yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing global.

2. Implikasi Teoritis

Secara akademis, penelitian ini memperkaya literatur tentang keterkaitan antara literasi keuangan, strategi investasi, dan kewirausahaan berbasis waralaba. Temuan ini mengonfirmasi teori Lusardi & Mitchell (2014) mengenai pentingnya literasi keuangan dalam pengambilan keputusan investasi, sekaligus mendukung pandangan Kaufmann & Eroglu (1999) serta Welsh et al. (2006) tentang peran standardisasi dan adaptasi dalam keberhasilan waralaba. Studi kasus usaha jasa juga memperkuat teori Shane (2003) yang menekankan interaksi individu, peluang, dan konteks sebagai faktor kunci kewirausahaan. Selain itu, kolaborasi lintas sektor yang terlihat dalam seminar mendukung kerangka *entrepreneurial ecosystem* (Hisrich et al., 2017), di mana keberhasilan kewirausahaan ditentukan oleh interaksi antara modal sosial, institusional, dan finansial. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memberi kontribusi pada pengembangan praktik kewirausahaan, tetapi juga memperluas pemahaman teoritis tentang integrasi literasi keuangan dan waralaba sebagai jalan meraih kesuksesan bisnis.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa integrasi antara literasi keuangan dan kewirausahaan waralaba memberikan peluang strategis bagi penguatan kemandirian ekonomi masyarakat. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang perlu dicermati. Pertama, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih relatif rendah. Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional hanya mencapai 49,68%, dengan disparitas yang cukup besar antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Kondisi ini berimplikasi pada perlunya strategi edukasi keuangan yang lebih inklusif, khususnya bagi pekerja migran yang rentan terhadap praktik investasi ilegal dan rentenir.

Kedua, meskipun bisnis waralaba menawarkan risiko yang lebih terukur, tidak semua waralaba memiliki reputasi dan model bisnis yang sehat. Dalam praktiknya, banyak calon wirausaha terjebak pada waralaba yang hanya populer sesaat namun gagal bertahan dalam jangka panjang. Hal ini menegaskan pentingnya *due diligence* serta perlunya lembaga atau asosiasi waralaba untuk menyediakan panduan dan regulasi yang lebih ketat guna melindungi investor kecil.

Ketiga, transformasi digital juga menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Platform digital membuka akses informasi dan pasar yang lebih luas bagi calon investor dan wirausaha, tetapi di sisi lain juga memperbesar risiko penyebaran informasi palsu tentang investasi. Oleh karena itu, literasi digital menjadi dimensi baru yang harus dikombinasikan dengan literasi keuangan untuk membangun kapasitas wirausaha modern.

Keempat, ekosistem kewirausahaan berbasis kolaborasi lintas sektor harus diperkuat. Kegiatan seminar yang melibatkan perguruan tinggi, pemerintah, sektor swasta, dan komunitas menunjukkan bahwa kewirausahaan tidak dapat berdiri sendiri, tetapi memerlukan dukungan berlapis. Kerja sama antara perguruan tinggi, pemerintah, sektor swasta dapat memperluas jangkauan kolaboratif ilmiah (Rembulan, 2017). Untuk kedepannya, model kolaboratif semacam ini dapat dikembangkan menjadi program berkelanjutan, seperti *mentoring entrepreneurship*, *financial coaching*, dan *business incubation* yang secara langsung mendampingi wirausaha pemula dalam membangun bisnisnya.

Temuan ini membuka ruang penelitian lebih lanjut, misalnya dengan melakukan studi longitudinal mengenai dampak literasi keuangan terhadap keberhasilan bisnis waralaba dalam jangka panjang, atau penelitian komparatif antara wirausaha konvensional dan waralaba dalam hal ketahanan usaha. Penelitian mendalam tentang peran digitalisasi dalam memperluas akses waralaba di pasar internasional juga menjadi agenda penting, sejalan dengan semakin meningkatnya integrasi ekonomi global.

Simpulan

Artikel ini menegaskan bahwa investasi cerdas dan bisnis waralaba merupakan dua pilar yang saling melengkapi dalam membangun kesuksesan wirausaha di era kompetisi global. Literasi keuangan terbukti berperan penting dalam membekali individu untuk membuat keputusan investasi yang rasional, mengelola risiko, serta mengalokasikan dana secara produktif. Bagi pekerja migran Indonesia, literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan pribadi, tetapi juga sebagai modal sosial-ekonomi yang dapat memperkuat kontribusi mereka bagi keluarga dan komunitas asal.

Implikasi penelitian ini bersifat ganda. Secara praktis, hasil ini merekomendasikan penguatan program literasi keuangan yang terintegrasi dengan pelatihan kewirausahaan, khususnya bagi masyarakat rentan seperti pekerja migran. Secara teoritis, artikel ini memperkaya literatur kewirausahaan dengan menegaskan peran literasi keuangan sebagai variabel penting dalam model kesuksesan bisnis berbasis waralaba.

Penelitian lebih lanjut perlu diarahkan pada studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang literasi keuangan terhadap keberhasilan usaha waralaba, serta studi komparatif antara wirausaha berbasis waralaba dan usaha konvensional. Selain itu, integrasi digitalisasi dalam literasi keuangan dan model bisnis waralaba juga layak menjadi fokus riset, mengingat perannya yang semakin dominan dalam ekonomi global. Dengan demikian, investasi cerdas dan bisnis waralaba tidak hanya menjadi strategi individu dalam meraih kesuksesan bisnis, tetapi juga berpotensi menjadi pilar strategis pembangunan ekonomi inklusif dan berdaya saing di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Friedline, T., West, S., & Orozco, M. (2019). Leveraging financial capability and asset building for children, youth, and families. *Social Work*, 64(4), 301–309. <https://doi.org/10.1093/sw/swz028>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Kaufmann, P. J., & Eroglu, S. (1999). Standardization and adaptation in business format franchising. *Journal of Business Venturing*, 14(1), 69–85. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00070-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00070-9)
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Maritz, A., & Donovan, J. (2015). Entrepreneurship and innovation: Setting an agenda for greater discipline contextualization. *Education + Training*, 57(1), 74–87. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2013-0019>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2022.aspx>
- Raharjo, T. (2023). *Franchise business development and brand strategy in Indonesia*. Jakarta: INFOBRAND Media.
- Rembulan, G. D, Fabianus F (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* 1(1): 65-73
- Rembulan, G. D. (2018). Faktor-faktor yang Memengaruhi Getok Tular pada Usaha Restoran Waralaba di Jakarta. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Rembulan, G., Tannady, H., Haddar, G., Ausat, A., & Pratiwi, E. (2023). Entrepreneurs Preference in Choosing Payment Method. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 415-423. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i2.743>
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Welsh, D. H. B., Alon, I., & Falbe, C. M. (2006). An examination of international retail franchising in emerging markets. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 130–149. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00156.x>