



## IMPLEMENTASI LAPORAN KEUANGAN WARALABA DI INDONESIA

Nawaal Fakhri Widiatoro<sup>1</sup>

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Endah Susilowati<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: [endahs.ak@upnjatim.ac.id](mailto:endahs.ak@upnjatim.ac.id)

**Abstrak.** *This research highlights the importance of preparing accurate and transparent financial statements in managing franchise businesses for performance monitoring, transparency, and informed decision-making. A transparent franchise offering prospectus is necessary for feasibility studies and fair agreements between franchisors and franchisees. Case studies conducted in previous research show that profit planning and cost-volume-profit (CVP) analysis help achieve profit targets and avoid losses. Strategic management analysis also highlights effectiveness in developing business opportunities, as well as supporting company growth and sustainability. The preparation of financial statements for business partners enhances the efficiency of financial monitoring. These findings underscore the importance of effective financial reporting and strategic management in franchise businesses.*

**Keywords:** *Financial Statement Analysis, Franchise.*

**Abstrak.** Penelitian ini menyoroti pentingnya penyusunan laporan keuangan yang akurat dan transparan dalam mengelola bisnis waralaba untuk pemantauan kinerja, transparansi, dan pengambilan keputusan informasional. Prospektus penawaran waralaba yang transparan diperlukan untuk studi kelayakan dan perjanjian adil antara franchisor dan franchisee. Studi kasus yang dilakukan beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perencanaan laba dan analisis biaya-volume-laba (CVP) membantu mencapai target laba dan menghindari kerugian. Analisis strategi manajemen juga menyoroti efektivitas dalam mengembangkan peluang bisnis, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Penyusunan laporan keuangan mitra usaha, meningkatkan efisiensi pemantauan keuangan. Temuan ini menegaskan pentingnya laporan keuangan dan manajemen strategi yang efektif dalam bisnis waralaba.

**Kata Kunci:** *Analisis Laporan Keuangan; Waralaba; Franchise.*

### PENDAHULUAN

Di era yang serba cepat ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mendorong terciptanya berbagai model bisnis baru yang berkembang pesat. Salah satu model bisnis yang semakin populer adalah waralaba (franchise). Konsep waralaba memungkinkan seseorang untuk membuka usaha dengan menggunakan nama, merek dagang, produk, dan bahan dari bisnis yang sudah mapan dan terbukti sukses sebelumnya. Secara umum, Perjanjian waralaba adalah pemberian izin oleh franchisor kepada franchisee untuk memanfaatkan keunikan atau ciri khas usaha.khas bisnis dalam bidang perdagangan atau jasa. Hal ini mencakup jenis produk dan bentuk usaha, termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan), penggunaan rencana pemasaran, serta pemberian bantuan yang luas. Bantuan ini meliputi waktu operasional, jam kerja, pakaian, dan penampilan karyawan, sehingga kekhasan usaha atau ciri khas bisnis dagang dan jasa

Dalam bisnis waralaba, laporan laba rugi yang disusun oleh perusahaan memiliki beberapa perbedaan dibandingkan dengan bisnis lainnya. Perkembangan teknologi juga

berperan penting dalam mengubah cara operasional bisnis waralaba. Pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, manajemen operasional, dan analisis data telah menjadi semakin krusial dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis waralaba. Franchisor yang mampu dengan cepat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi ini ke dalam operasional mereka akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar yang semakin digital ini<sup>1</sup>.

Laporan keuangan adalah dokumen tertulis yang menyediakan informasi kuantitatif mengenai posisi keuangan, perubahan-perubahan yang terjadi, serta hasil yang dicapai selama periode tertentu. Oleh karena itu, laporan keuangan harus disusun secara relevan dan wajar untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai kondisi keuangan perusahaan<sup>2</sup>. Dengan adanya laporan laba rugi, manajemen dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan saat ini. Laporan ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk menentukan kebijakan selanjutnya. Dari penjelasan di atas, laporan ini adalah laporan keuangan yang disusun secara lengkap oleh petugas keuangan atau pembukuan perusahaan, yang nantinya akan menjadi alat evaluasi kebijakan manajemen pada periode tertentu. Oleh karena itu, laporan keuangan ini harus disusun dengan baik. Jika terdapat kesalahan dalam penulisan angka, arah kebijakan di masa depan juga bisa salah.

Laporan laba rugi (income statement) menampilkan ukuran kinerja yang dicapai oleh entitas pelaporan selama periode tertentu. Laporan ini menggambarkan aktivitas operasional entitas. Laba menunjukkan profitabilitas entitas dan mencerminkan pengembalian kepada pemegang saham untuk periode tersebut, sementara item-item dalam laporan merinci cara laba diperoleh<sup>3</sup>. Laporan ini merupakan salah satu dari empat laporan keuangan utama perusahaan dan berfungsi sebagai penghubung antara dua laporan neraca. Laporan laba rugi bisnis waralaba sangat bergantung pada kondisi laporan keuangan franchisee, yaitu individu atau badan usaha yang memperoleh hak untuk mereproduksi konsep bisnis waralaba. Laporan laba rugi (Income Statement atau Profit and Loss Statement) adalah bagian dari laporan keuangan perusahaan yang dihasilkan dalam suatu periode akuntansi dan mencakup elemen-elemen pendapatan dan beban perusahaan, sehingga menghasilkan laba atau rugi bersih.

Menurut<sup>4</sup> pengertian ritel yang paling umum dipahami oleh masyarakat adalah, kegiatan bisnis yang mempertemukan penjual langsung dengan konsumen atau pasar tempat produsen dan konsumen bertemu. Bisnis ritel di Indonesia dibagi menjadi beberapa kelompok usaha perdagangan eceran yaitu: kelompok pertama yaitu grosir (pedagang besar) atau *hypermarket*, umumnya kelompok ini hanya terdapat di kota-kota besar dengan jumlah yang terbatas. Kelompok kedua yaitu *supermarket* (swalayan/rumah

---

<sup>1</sup> Novie Afif Mauludin, "Perjanjian Waralaba : Penerapan Dalam Konteks Modern," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 4, no. 4 (2024): 556–66, <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4.1983>.

<sup>2</sup> Raci Pitaloka and Sri Trisnainingsih, "Literatur Review Bagaimana Akuntansi Keperilakuan Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan," *Senapan* 2, no. 2 (2022): 134–37.

<sup>3</sup> Elisabeth, Do, Rato Yessi and Wahidahwati, "Laporan Laba Rugi Komprehensif," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* 12, no. 01 (2021): 960–70.

<sup>4</sup> Khairi Awalul, "Analisis Industri Ritel Di Kota Padang Tanpa Keberadaan Dua Pendahuluan Journal of Science Education and Management Business Kajian Pustaka Bisnis Ritel" 1, no. 1 (2022): 48–53.

belanja) merupakan pasar modern yang menjual barang-barang eceran dalam skala besar dengan sistem pelayanan mandiri (*self service*).

Ketentuan tentang franchise diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang *Franchise*. Dalam sistem usaha ini, terdapat dua pihak utama yang terlibat: *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba). *Franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) miliknya. Sebagai imbalannya, *franchisee* wajib membayar *royalty fee* kepada *franchisor*. Selain itu, *franchisor* juga sering memberikan dukungan dan panduan operasional kepada *franchisee* untuk memastikan kesuksesan usaha. Hubungan hukum antara kedua belah pihak ini dijelaskan lebih lanjut dalam <sup>5</sup> Tentang Penyelenggaraan Waralaba, yang merupakan pelaksanaan dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Aturan ini mencakup berbagai aspek, termasuk hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta prosedur dan persyaratan dalam menjalankan waralaba.

Perkembangan dan persaingan di antara pengusaha *franchise* saat ini semakin ketat. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, penyusunan laporan keuangan berdasarkan dokumen akuntansi menjadi sangat penting untuk memberikan informasi kepada pihak yang terlibat dalam pengembangan bisnis *franchise*. Dokumen akuntansi, seperti laporan keuangan, menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pengelolaan keuangan suatu perusahaan. Maka dari itu penulis tertarik untuk membahas terkait laporan keuangan waralaba dengan metode *literatur review*.

## KAJIAN TEORI

### Analisis Laporan Keuangan

Menurut <sup>6</sup> Analisis laporan keuangan adalah proses menguraikan elemen-elemen dalam laporan keuangan, termasuk neraca dan laporan laba rugi, untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang kondisi keuangan suatu perusahaan. Proses ini sangat penting untuk pengambilan keputusan yang tepat. Laporan keuangan merupakan sumber informasi utama bagi para pengguna dalam membuat keputusan ekonomi. Laporan ini akan lebih bermanfaat jika informasi yang terkandung dapat digunakan untuk memprediksi kejadian di masa depan. Dengan melakukan perbandingan, evaluasi, dan analisis tren terhadap laporan keuangan, kita dapat memproyeksikan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang.

Hasil analisis laporan keuangan ini akan membantu analis menginterpretasikan berbagai hubungan kunci antar pos laporan keuangan dan kecenderungan yang dapat dijadikan dasar dalam menilai potensi keberhasilan perusahaan di masa mendatang<sup>7</sup>. Dalam Pernyataan Standar Akuntansi keuangan (PSAK) No. 1 (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009) dinyatakan bahwa tujuan laporan keuangan dalam Tujuan laporan keuangan untuk menginformasikan posisi keuangan, kinerja keuangan, arus kas entitas, dan dapat

---

<sup>5</sup> Kemendagri, "Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019," *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018* 151, no. 2 (2019): 10–17, [www.peraturan.go.id](http://www.peraturan.go.id).

<sup>6</sup> Petty Aprilia Sari and Imam Hidayat, "Analisis Laporan Keuangan," *Eureka Media Aksara* 1, no. 69 (2022): 5–24.

<sup>7</sup> Si. Dr. Thian Alexander, M, *Analisis Laporan Keuangan* (Penerbit Andi, 2022, 2022).

digunakan untuk menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

analisis laporan keuangan ini akan membantu analis menginterpretasikan berbagai hubungan kunci antar pos laporan keuangan dan kecenderungan yang dapat dijadikan dasar dalam menilai potensi keberhasilan perusahaan di masa mendatang.(Dr. Thian Alexander, M, 2022). Adapun tujuan Iaporan keuangan menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi keuangan (PSAK) No. 1(Ikatan Akuntan Indonesia, 2009) Tujuan Iaporan keuangan untuk menginformasikan posisi keuangan, kinerja keuangan, arus kas entitas, dan dapat digunakan untuk menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya

### **Manajemen Strategi**

Menurut <sup>8</sup> manajemen strategi adalah prosedur di mana suatu organisasi menetapkan tujuan dan sasaran dan mulai merencanakan dan menerapkan perencanaan yang membantu mencapai tujuan dan sasaran dari organisasi. Prosedur ini selalu berubah seiring dengan pertumbuhan tujuan dan sasaran organisasi. Bisnis terlibat dalam manajemen strategi untuk menghadapi kemajuan teknologi dan globalisasi Pada dasarnya, manajemen strategik memiliki tujuan penting dan strategis bagi setiap organisasi. Strategi yang dikembangkan oleh organisasi melalui proses manajemen strategik bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) bagi organisasi. Beberapa indikator yang dapat dijadikan acuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif bagi organisasi antar lain indikator kinerja akuntansi dan kinerja ekonomi. Melalui analisis terhadap laporan keuangan suatu organisasi, maka akan diperoleh informasi mengenai kinerja keuangan dan akuntansi baik dari segi profitabilitas maupun rasio keuangan.

### **Perencanaan Laba**

Menurut <sup>9</sup> Perencanaan laba adalah proyeksi keuangan yang menggambarkan hasil yang diharapkan dari pelaksanaan keputusan. Perencanaan laba atau penganggaran memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain:

1. Menyediakan pendekatan yang terstruktur dalam menyelesaikan masalah.
2. Memaksa manajemen untuk meninjau masalah secara dini dan membiasakan organisasi untuk melakukan analisis mendalam sebelum membuat keputusan.
3. Menciptakan lingkungan organisasi yang berfokus pada pencapaian laba.
4. Mendorong partisipasi dan mengoordinasikan rencana operasi dari berbagai bagian dalam organisasi sehingga keputusan akhir dan rencana saling terhubung.
5. Menyediakan kesempatan untuk secara sistematis mengevaluasi setiap aspek organisasi serta meninjau dan memperbarui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

---

<sup>8</sup> Prasodjo Tunggul, *Manajemen Strategi* (Zahir Publishing, 2021).

<sup>9</sup> Tunggul.

Perencanaan laba juga berfungsi sebagai alat ukur dan evaluasi atas hasil yang sebenarnya telah dicapai sebagai bentuk realisasi dari perencanaan. Jika hasil aktual tidak sesuai dengan rencana, perusahaan harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi perbedaan tersebut. Perencanaan laba digunakan sebagai alat untuk mengendalikan aktivitas yang akan dilakukan oleh perusahaan<sup>10</sup>.

## Waralaba

Menurut <sup>11</sup> Secara umum, perjanjian waralaba adalah pemberian hak dari pewaralaba kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan keunikan atau ciri khas bisnis dalam bidang perdagangan atau jasa. Ini meliputi jenis produk dan bentuk usaha, termasuk identitas perusahaan seperti logo, merek, dan desain, penggunaan rencana pemasaran, serta pemberian dukungan menyeluruh seperti waktu operasional, jam kerja, pakaian, dan penampilan karyawan. Dengan demikian, keunikan atau ciri khas bisnis perdagangan dan jasa milik penerima waralaba akan mirip dengan keunikan bisnis milik pewaralaba.

Dari kedua definisi di atas, terdapat dua pihak utama dalam perjanjian waralaba: pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). *Franchisor* adalah individu atau pihak yang memberikan izin kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menggunakan keunikan usaha dan ciri khas bisnis miliknya. Sebaliknya, *franchisee* adalah individu atau pihak yang menerima izin atau lisensi waralaba dari *franchisor* untuk menggunakan keunikan usaha atau ciri khas bisnis dari franchisor. Pada dasarnya, waralaba adalah perjanjian yang mengatur cara distribusi barang dan jasa kepada konsumen. Perjanjian waralaba adalah “kesepakatan secara tertulis antara pihak yang memberikan hak waralaba dan pihak yang menerima hak waralaba”. Dalam perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima memiliki kebebasan untuk memilih dan membuat kontrak serta bebas menentukan isi dari suatu perjanjian yang di buat, hal tersebut diulas pada Pasal 1338 KUHPerdara mengenai asas kebebasan berkontrak. Isi dari perjanjian waralaba memuat ketentuan, persyaratan serta keterikatan masing-masing pihak<sup>12</sup>.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode *literatur review* dari penelitian terdahulu yang terkait dengan manajemen laba pada perusahaan. Data artikel dikumpulkan dengan pencarian manual menggunakan *google scholar*. Kata kunci yang digunakan “Laporan Keuangan Waralaba” dan penggunaan Bahasa pada artikel yaitu bahasa Indonesia yang dipublikasikan dalam waktu 5 tahun terakhir (2018-2023) dengan penelitian kualitatif maupun kuantitatif.

---

<sup>10</sup> Meidi Yanto, “Penerapan Cost – Volume – Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Cv. Usaha Bersama Tanjungpinang,” *Jurnal Dimensi* 9, no. 2 (2020): 369–86, <https://doi.org/10.33373/dms.v9i2.2547>.

<sup>11</sup> Utari Ony Savita, “Penerapan Prinsip Disclosure Terhadap Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Kerjasama Waralaba,” *Jurnal Magister Hukum ARGUMENTUM* 8, no. 1 (2023): 31–46, <https://doi.org/10.24123/argu.v8i1.5184>.

<sup>12</sup> Imrokhatun Salsa Hanifah and Muhammad Wildan, “Tanggung Jawab Hukum Pihak Yang Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba” 2, no. 1 (2024).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Table 1 Tabel Daftar Artikel yang Digunakan dalam *Literatur Review*

No	Penulis Artikel	Judul Artikel	Hasil Artikel
1.	Oktaviani <sup>13</sup>	Analisis Penerapan Biaya Volume Laba Terhadap Perencanaan Laba Perusahaan	Penelitian ini membahas proses dan tantangan dalam pelaporan keuangan waralaba makanan cepat saji, serta strategi perencanaan laba yang digunakan untuk mengatasi masalah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menghasilkan laba yang optimal diperlukan 14.557pcs ayam goreng dalam 3 bulan untuk mencapai omset yang di harapkan.
2.	Ajeng Rossantika Sari <sup>14</sup>	Peranan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Hisana Fried Chicken Di Surabaya	Artikel ini membahas tentang sejauh mana pengetahuan pemilik usaha waralaba fried chicken dalam menjalankan bisnis waralaba secara syariah. Selain itu waralaba ini juga tidak hanya mengejar nilai material, namun juga mengejar keuntungan lain yang lebih menghasilkan.
3.	Utari Ony Savita & Nynda Fatmawati <sup>15</sup>	Penerapan Prinsip Disclosure Terhadap Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Kerjasama Waralaba	Artikel ini membahas penyampaian <i>prospectus</i> penawaran waralaba kepada calon penerima Waralaba dimaksudkan agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya. Setelah dibuatkan

<sup>13</sup> Dyah Oktaviani Sulistyningrum, “Analisis Penerapan Biaya Volume Laba Terhadap Perencanaan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Franchise C’bezt Fried Chicken Gedangan, Sidoarjo)” 6 (2024): 1057–66, <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8563>.

<sup>14</sup> Ajeng Rossantika Sari, “Peranan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Hisana Fried Chicken Di Surabaya,” *Journal of Management and Creative Business* 1, no. 1 (2022): 162–74, <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.534>.

<sup>15</sup> Ony Savita, “Penerapan Prinsip Disclosure Terhadap Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Kerjasama Waralaba.”

- Prospektus Pernawaran Waralaba, barulah dibuat kesepakatan antara kedua belah pihak yang dituangkan dalam Perjanjian Waralaba.
4. Ardiansyah, Salsabilla <sup>16</sup> Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba pada Masa Pandemi Covid-19 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan manajemen strategi perusahaan waralaba pada KFC (*Kentucky Fried Chicken*). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu adalah content analysis atau yang merupakan analisis isi. Teknik pengumpulan data Yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu adalah metode simak dan catat Hasil dari perhitungan IFAS dan EFAS yang menunjukkan bahwasannya kekuatan dan juga peluang yang dimiliki oleh perusahaan waralaba KFC lebih besar daripada kelemahan dan ancaman perusahaan tersebut.
  5. Dwi Kartika Prananingrum, Sitti Ramelan Chadidjah <sup>17</sup> Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Waralaba (Francise) Oma Tahitea Cabang Pasar Panjang Kendari Studi ini berorientasi untuk meningkatkan wawasan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha waralaba, waralaba ini dapat memahami dan menambah wawasan keterampilan dalam penyusunan Laporan Keuangan, sehingga dapat

<sup>16</sup> Sukma Sopiyan Ardiansyah, Della Salsabilla, and Vinni Qisthi Arini, "Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba Pada Masa Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pada KFC )," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2965–72.

<sup>17</sup> Dwi Kartika Prananingrum Sitti Ramelan Chadidjah, "Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Waralaba (Francise) Oma Tahitea Cabang Pasar Panjang Kendari," *Abdimas Indonesia* 1, no. 2 (2021): 26–32, <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>.

diterapkan dalam setiap bulannya untuk mengetahui posisi keuangan Usaha Oma Thaitea Cabang Pasar Panjang Kendari.

---

Hasil analisis dari berbagai artikel menunjukkan bahwa penyusunan laporan keuangan yang baik sangat diperlukan dalam mengelola sebuah waralaba. Laporan keuangan memainkan peran yang sangat krusial dalam keberhasilan menjalankan bisnis waralaba. Dengan adanya laporan keuangan yang akurat dan terperinci, franchisor dan franchisee dapat memantau kinerja keuangan mereka secara efektif, mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan, dan membuat keputusan bisnis yang lebih informasional. Selain itu, laporan keuangan membantu dalam menjaga transparansi antara franchisor dan franchisee, memastikan bahwa setiap pihak memiliki pemahaman yang jelas mengenai kondisi finansial dan operasional bisnis. Dengan demikian, penyusunan laporan keuangan yang sistematis dan tepat waktu tidak hanya mendukung stabilitas finansial tetapi juga mendorong pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang dari bisnis waralaba.

#### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari hasil pembahasan di atas adalah bahwa penyusunan laporan keuangan yang akurat dan transparan sangat penting dalam mengelola waralaba, karena membantu dalam pemantauan kinerja keuangan, transparansi, dan pengambilan keputusan yang informasional. Penyampaian prospektus penawaran waralaba yang sesuai dengan prinsip keterbukaan juga krusial untuk studi kelayakan bisnis dan perjanjian waralaba yang adil. Studi kasus menunjukkan bahwa perencanaan laba yang efektif, termasuk analisis biaya-volume-laba (CVP), dapat membantu mencapai target laba dan menghindari kerugian. Sementara itu, analisis manajemen strategi menyoroti efektivitas mereka dalam meningkatkan kekuatan dan peluang sambil mengurangi kelemahan dan ancaman, yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Terakhir, kegiatan pengabdian masyarakat berhasil meningkatkan keterampilan penyusunan laporan keuangan mitra usaha, yang berkontribusi pada efisiensi pemantauan posisi keuangan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif Mauludin, Novie. “Perjanjian Waralaba : Penerapan Dalam Konteks Modern.” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 4, no. 4 (2024): 556–66. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4.1983>.
- Ajeng Rossantika Sari. “Peranan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Hisana Fried Chicken Di Surabaya.” *Journal of Management and Creative Business* 1, no. 1 (2022): 162–74. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.534>.
- Ardiansyah, Sukma Sopiyan, Della Salsabilla, and Vinni Qisthi Arini. “Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba Pada Masa Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pada KFC ).” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2965–72.
- Awalul, Khairi. “Analisis Industri Ritel Di Kota Padang Tanpa Keberadaan Dua Pendahuluan Journal of Science Education and Management Business Kajian Pustaka Bisnis Ritel” 1, no. 1 (2022): 48–53.
- Chadidjah, Dwi Kartika Prananingrum Sitti Ramelan. “Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Waralaba (Francise) Oma Tahitea Cabang Pasar Panjang Kendari.” *Abdimas Indonesia* 1, no. 2 (2021): 26–32. <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>.
- Dr. Thian Alexander, M, Si. *Analisis Laporan Keuangan*. Penerbit Andi, 2022, 2022.
- Hanifah, Imrokhatun Salsa, and Muhammad Wildan. “Tanggung Jawab Hukum Pihak Yang Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba” 2, no. 1 (2024).
- Kemendagri. “Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019.” *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018* 151, no. 2 (2019): 10–17. [www.peraturan.go.id](http://www.peraturan.go.id).
- Ony Savita, Utari. “Penerapan Prinsip Disclosure Terhadap Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Kerjasama Waralaba.” *Jurnal Magister Hukum ARGUMENTUM* 8, no. 1 (2023): 31–46. <https://doi.org/10.24123/argu.v8i1.5184>.
- Pitaloka, Raci, and Sri Trisnaningsih. “Literatur Review Bagaimana Akuntansi Keperilakuan Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan.” *Senapan* 2, no. 2 (2022): 134–37.
- Sari, Petty Aprilia, and Imam Hidayat. “Analisis Laporan Keuangan.” *Eureka Media Aksara* 1, no. 69 (2022): 5–24.

- Sulistyaningrum, Dyah Oktaviani. “Analisis Penerapan Biaya Volume Laba Terhadap Perencanaan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Franchise C’bezt Fried Chicken Gedangan, Sidoarjo” 6 (2024): 1057–66.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8563>.
- Tunggul, Prasodjo. *Manajemen Strategi*. Zahir Publishing, 2021.
- Yanto, Meidi. “Penerapan Cost – Volume – Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Cv. Usaha Bersama Tanjungpinang.” *Jurnal Dimensi* 9, no. 2 (2020): 369–86.  
<https://doi.org/10.33373/dms.v9i2.2547>.
- Yessi, Elisabeth, Do, Rato, and Wahidahwati. “Laporan Laba Rugi Komprehensif.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* 12, no. 01 (2021): 960–70.