

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM berkontribusi sebesar 60% terhadap perekonomian nasional. Di saat banyak perusahaan besar gulung tikar dan memutuskan untuk berhenti berproduksi atau menutup usahanya di masa pandemi COVID-19, usaha UMKM justru mampu bertahan dan ada juga yang mampu berkembang sangat pesat. Sehingga bisnis UMKM selalu menjadi penyelamat perekonomian Indonesia.

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mengumumkan bahwa Nomor Induk Berusaha (NIB) selama tahun 2020 telah mencapai 1 juta aplikasi yang sebagian besar berasal dari sektor mikro. Ini menunjukkan bahwa sektor mikro tetap eksis dan akan terus bertumbuh.

Data yang dihimpun di BKPM menunjukkan peningkatan signifikan penerapan NIB di sektor mikro. BKPM juga menyatakan bahwa peningkatan ini berlangsung terus menerus, sudah terjadi sejak Agustus tahun 2020.

BKPM juga mengumumkan bahwa rekor pengajuan NIB melalui OSS tertinggi selama tahun 2020 pada Oktober 2020, mencapai 377.540 aplikasi yang telah diterima BKPM. Tentu saja ini menjadi bukti nyata bahwa peminat usaha mikro tetap mendominasi selama masa pandemi, mengingat 93,6% dari total permohonan NIB berasal dari sektor usaha mikro, atau lebih tepatnya sebanyak 353.478 permohonan. Rekor yang tercatat pada Oktober 2020 mengalami peningkatan sebesar 91,3% lebih banyak dari jumlah aplikasi NIB pada bulan sebelumnya, dimana terdapat 197.322 aplikasi melalui OSS.

Minat terhadap usaha mikro tetap mendominasi di masa pandemi dan tumbuh positif sejalan dengan upaya pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan dalam rangka pemulihan perekonomian nasional dari dampak pandemi COVID-19. Sebuah kabar positif yang baik untuk kita semua.

Pada Agustus 2020, jumlah aplikasi NIB di sektor usaha mikro selalu meningkat tajam dan berada di kisaran 100.000 aplikasi. Hal ini merupakan hasil dari upaya yang dilakukan BKPM dalam mempermudah proses perizinan berusaha serta masuknya penanaman modal dalam dan luar negeri ke sektor UMKM.

Platform OSS terbukti memudahkan pengusaha untuk mengurus berbagai persyaratan dan perizinan bagi UMKM. Jadi, urusan perizinan tidak perlu lagi mengantri. Apalagi minat

usaha mikro masih mendominasi di masa pandemi yang menjadi pendorong pengesahan UU Cipta Kerja yang memuat 186 pasal dan 11 klaster yang salah satunya mengatur dukungan pemerintah terhadap upaya menumbuhkan kegiatan bisnis dan ekosistem investasi.

Salah satu kebijakan yang tertuang dalam undang-undang penciptaan lapangan kerja adalah mudahnya pelaku usaha dalam mengurus perizinan, dimana hanya diwajibkan untuk memiliki NIB yang akan diproses dalam kurun waktu 3 jam melalui OSS. Selain itu, UU Cipta Kerja juga melarang investor asing menjadi pemegang saham di UMKM, serta mewajibkan investor besar untuk bermitra dengan UMKM.

Penurunan jumlah pengajuan NIB selama triwulan II-2020 memang sempat membuat BKPM khawatir dengan ekosistem bisnis sektor mikro. Namun karena antusiasme pelaku usaha mikro terus mendominasi, tepatnya sepanjang triwulan III tahun 2020, BKPM aktif turun tangan untuk mendukung sektor usaha mikro.

Hal ini dikarenakan peran UMKM begitu besar dalam pergerakan perekonomian nasional. Seperti contoh kasus krisis tahun 1998, UMKM lah yang menjadi penopang terbesar bagi pemulihan ekonomi Indonesia saat itu. Hal yang sama juga terjadi pada masa krisis ekonomi akibat pandemi pada tahun 2020. Bukannya menunggu momentum pascapandemi, para pelaku usaha mikro terus aktif beroperasi dan berinovasi guna mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Apalagi UMKM berperan dalam menciptakan lapangan kerja di Indonesia tepatnya sekitar 96,87% dari total tenaga kerja nasional. Untuk terus mendukung minat usaha mikro agar tetap mendominasi di masa pandemi, pemerintah juga telah membantu dengan memberikan stimulus, seperti program Bantuan Bagi Pelaku Usaha Mikro (BPUM)



Gambar 1.1 Posisi kredit usaha mikro kecil dan menengah UMKM di DKI Jakarta tahun 2019

Dari perkembangan UMKM tersebut di atas, kami berusaha mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan minat dan peluang usaha dan juga membantu para pemilik Industri Waralaba untuk dapat mengembangkan usahanya dan mendukung calon pengusaha untuk dapat memilih bisnisnya dengan risiko dan modal yang mereka miliki.

Banyak usaha franchise atau business opportunity di Indonesia yang pemainnya adalah UMKM. Untuk menyamakan persepsi, usaha yang masuk dalam kategori UMKM ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tidak masuk dalam kategori UMKM disebut sebagai usaha besar. Hal ini dijelaskan dalam Bab V pasal 6 UU tersebut.

Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Suatu bisnis/ usaha bisa tergolong sebagai usaha mikro UMKM apabila memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp 50 juta (di luar aset tanah dan bangunan) serta memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp 300 juta.

Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Usaha yang tergolong usaha kecil adalah usaha yang memiliki penjualan per tahun berkisar dari angka Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar dan kekayaan bersih Rp 50 juta hingga Rp 500 juta.

Usaha menengah merupakan bisnis/ usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat. Selain itu menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah memiliki syarat/ kriteria bahwa kekayaan bersih dari usaha menengah sudah di atas Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha). Kemudian hasil penjualan per tahunnya mencapai Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar.

Bisnis franchise di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mampu menguatkan ekonomi domestik. Konsep franchise ini sangat menjanjikan dan sangat cocok dengan karakteristik orang Indonesia yang memang sudah familiar dengan sistem perdagangan pada umumnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, franchise dan business opportunity (BO) yang memiliki kontribusi paling besar dalam industri waralaba berasal dari sektor makanan dan minuman dengan angka pencapaian sekitar 58,37% dan diikuti sektor ritel sebesar 15,31%.

Pada tahun 2019 diketahui franchise dan business opportunity (BO) meraih omzet hingga Rp 31,1 triliun dan Rp 25 triliun pada tahun 2020. Angka ini menunjukkan bahwa saat pandemi dan pendapatan menurun, sektor franchise masih mampu meraih angka cukup memuaskan.

Pada tahun 2020, dengan kondisi yang tidak mudah, sektor waralaba masih mampu memberikan kontribusi setidaknya 1,9% bagi PDB Indonesia. PDB yaitu jumlah keseluruhan nilai tambah atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai industri suatu negara dalam jangka waktu tertentu, umumnya satu tahun.

Industri franchise dan business opportunity juga menunjukkan keperkasaannya dengan membuka lapangan kerja bagi 154.674 orang pada tahun 2019 dan 50.732 orang pada tahun 2020. Angka ini tentunya sangat menggembirakan banyak pihak.

Selain data di atas, tercatat pada tahun 2019 ada 38.266 gerai baru yang berhasil dibuka. Tahun 2020 masih tercatat ada 17.850 gerai baru yang buka pada tahun 2020. Ini berarti bahwa semakin banyak gerai yang dibuka, semakin banyak pula tenaga kerja yang terserap.

Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyebut industri waralaba terus mengalami pertumbuhan. Walaupun di tengah kondisi pandemi, industri waralaba masih tumbuh sebesar 3% (catatan Departemen Perdagangan pada tahun 2021). Pengendalian kasus Covid-19 yang baik membuat potensi industri waralaba tumbuh lebih besar tahun 2022. Diprediksi industri waralaba memiliki kontribusi terhadap ekonomi Indonesia dan akan tumbuh sebesar 5% per tahun.

Sampai tahun 2021, tercatat ada sebanyak 93.372 gerai industri waralaba di seluruh wilayah Indonesia. Adapun, total omzet industri waralaba telah mencapai sekitar Rp 54,4 triliun dan menyerap tenaga kerja hingga 628.622 orang.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa franchise punya potensi yang besar dan apabila UMKM serius mengembangkan usahanya, pasti akan bisa dikembangkan dengan sistem franchise.

Dari data interview para franchisor/pemilik business opportunity, kebanyakan menyatakan bahwa bisnis franchise mereka sangat berkembang dari tahun ke tahun.

“Bermula dari bisnis gerobakan, saat ini bisnis Kebab Turki BabaRafi telah memiliki cabang hingga 1.300 outlet di Indonesia dan 68 outlet di 10 negara,” demikian kata Hendi Setiono.

Hal senada juga diungkapkan oleh Rosie Pakpahan “Dalam 9 tahun, kami telah berhasil memiliki 551 cabang melalui sistem business opportunity. Bisnis ini sangat menjanjikan.”

Pengusaha minuman Es Teh Indonesia Nagita Slavina mengatakan “Outlet kami hingga September 2022 telah mencapai 945 di seluruh wilayah Indonesia.”

Melihat perkembangan bisnis waralaba, PT. FCI yang bertekad menjadi pusat informasi franchise dan business opportunity, menginginkan para pelaku bisnis yang sudah memiliki produk berkualitas dan sudah memiliki sistem yang baik serta terbukti menguntungkan dikenal lebih luas oleh target pasar yang ingin membeli. bisnis.

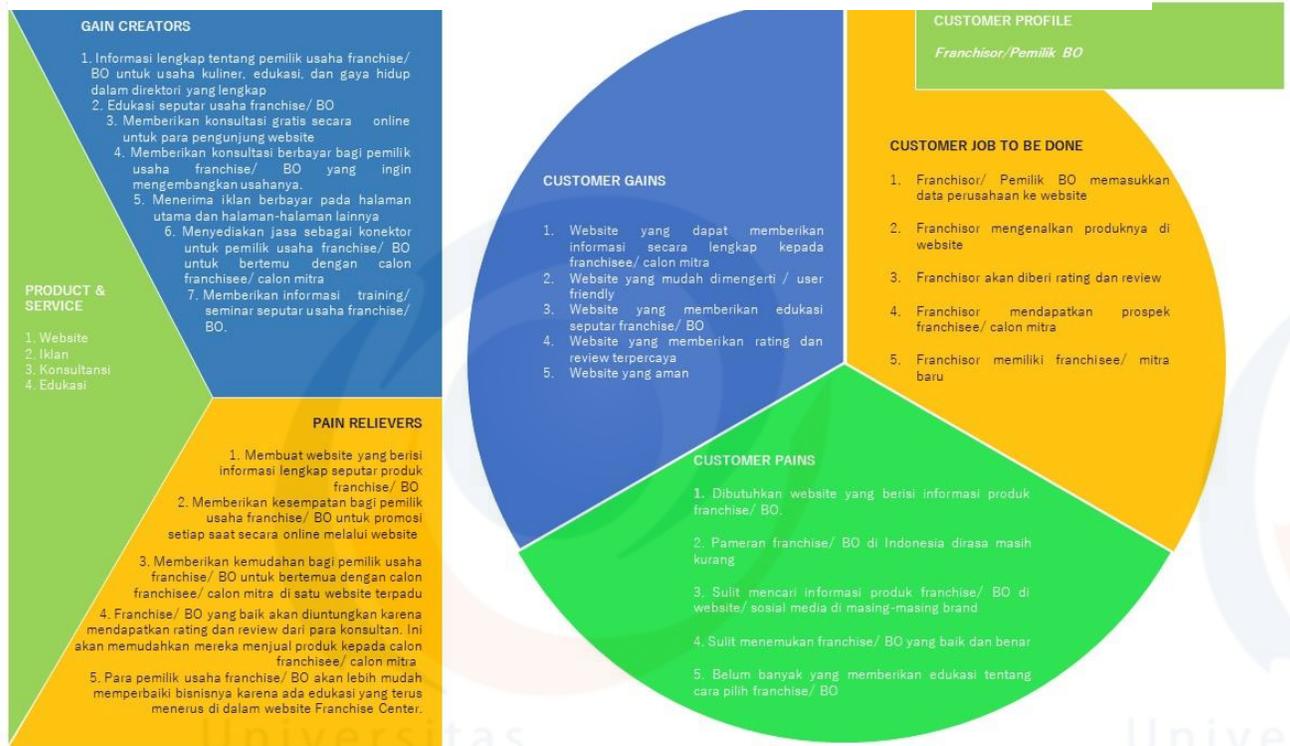
PT. FCI ingin menjadi partner terpercaya bagi franchisor dan business opportunity yang sudah memiliki bisnis yang layak jual. Franchise center juga ingin memberikan edukasi dan review yang tepat agar masyarakat yang ingin membeli produk franchise atau business opportunity tidak salah pilih.



Gambar 1.2 Informasi mengenai seminar Franchise

PT. FCI juga ingin jumlah pengusaha di Indonesia bertambah karena masyarakat tidak ragu lagi untuk membeli produk franchise/ business opportunity. Dengan demikian, Indonesia dapat lebih cepat menjadi negara maju yang disegani dan mampu bersaing dengan negara lain.

1.2 Identifikasi Masalah



Gambar 1.3 Value Proposition Canvas

1.2.1 Job to be Done

Franchisee/ Pebisnis yang ingin membeli franchise/ business opportunity) perlu waktu yang lama untuk cari informasi yang lengkap dan valid mengenai hal tersebut. Disisi lain, dengan banyaknya pilihan franchise/ business opportunity yang ditawarkan, tidak ada review yang dapat membantu para Franchisee untuk memutuskan pilihan yang terbaik serta memberikan pembekalan ataupun pelatihan yang cukup terhadap produk yang akan di pilih.

Job to be done nya adalah sebagai berikut:

1. Franchisor/ Pemilik business opportunity memasukkan data perusahaan ke website
2. Franchisor mengenalkan produknya di website
3. Franchisor akan diberi rating dan review
4. Franchisor mendapatkan prospek franchisee/ calon mitra
5. Franchisor memiliki franchisee/ mitra baru

1.2.2 Customer Pain

Efek Pandemic Covid-19 sangat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat mulai dari individu sampai dengan kalangan korporasi, menurunnya pendapatan (pemotongan gaji) dikarenakan pertimbangan penyelamatan perusahaan menyebabkan sebagian masyarakat berupaya mencari tambahan agar kebutuhan pokok tidak terganggu.

Masyarakat yang masih memiliki dana mencoba untuk membeli produk/ jasa yang ditawarkan dengan sistem franchise/ business opportunity. Hal ini dikarenakan akan lebih memudahkan mereka untuk memulai usahanya dengan lebih mudah.

Banyaknya produk/ jasa yang ditawarkan dengan franchise/ business opportunity menyebabkan masyarakat (franchisee/ calon mitra) mengalami kesulitan untuk mencari dan menggali informasi yang detail terkait produk/ jasa yang ditawarkan. Franchisee atau calon mitra banyak yang masih mengalami kesulitan dalam mencari informasi detail tentang harga jual peluang usaha atau franchise, profit, BEP (Break Event Point), masa kerjasama, dukungan sistem, dan informasi lainnya.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut di atas akan selalu muncul dalam benak para calon mitra/ franchisee, sehingga kami ingin hadir untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai informasi industri franchise/ business opportunity dalam tampilan sebuah tampilan website lengkap yang *user friendly* serta memberikan wadah kepada franchisee/ calon mitra dan juga franchisor/ pemilik business opportunity untuk bertemu dalam satu media.

Berikut ini adalah daftar pain yang dapat kami dapatkan:

1. Dibutuhkan website yang berisi informasi produk franchise/ business opportunity.
2. Pameran franchise/ business opportunity di Indonesia dirasa masih kurang

3. Sulit mencari informasi produk franchise/ business opportunity di website/ sosial media di masing-masing brand
4. Sulit menemukan franchise/ business opportunity yang baik dan benar
5. Belum banyak yang memberikan edukasi tentang cara pilih franchise/ business opportunity

1.2.3 Customer Gains

Dari pengalaman kami, customer gains para franchisor/ pemilik business opportunity adalah sebagai berikut:

1. Website yang dapat memberikan informasi secara lengkap kepada franchisee/ calon mitra
2. Website yang mudah dimengerti / user friendly
3. Website yang memberikan edukasi seputar franchise/ business opportunity
4. Website yang memberikan rating dan review terpercaya
5. Website yang aman

Franchisor/ pemilik business opportunity dapat memberikan informasi yang lengkap kepada calon franchisee/ calon mitra melalui website terpadu yang lengkap informasinya

1.3 Solusi Bisnis

1.3.1 Pains Reliever

Dari semua permasalahan yang dihadapi oleh franchisor/ pemilik business opportunity, muncul ide untuk membuat sebuah website pusat informasi franchise terpadu untuk memberikan informasi produk franchise/ business opportunity beserta rating dan review dari para konsultan franchise terpercaya yang sekaligus dilengkapi dengan edukasi franchise dan business opportunity.

Sebagai informasi, saat ini pameran franchise/ business opportunity di Indonesia belum terlalu banyak. Dari pengamatan kami hanya ada sekitar 6-8 pameran dalam satu tahunnya. Ini membuat para pemilik bisnis franchise/ business opportunity sangat menunggu event-event tersebut agar bisa bertemu dengan calon franchisee/ calon mitra. Selain itu, tidak semua pemilik bisnis franchise/ business opportunity baru mampu ikut serta dalam pameran karena belum memiliki cukup dana (biaya sewa booth pameran franchise/ BO cukup mahal sekitar Rp 30 juta untuk ukuran 3x3 m2).



IFBC MILESTONE

2006 - Now



6500
+
Jumlah exhibitor yang mengikuti pameran Info Franchise & Business Concept.

450.000+
Jumlah visitor pengunjung IFBC

IFBC telah diselenggarakan di

18 kota



FRACHISE OUTLOOK

100.000+
Jumlah estimasi gerai franchise

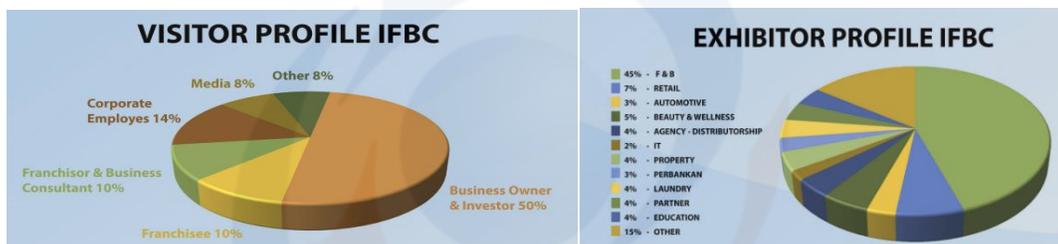
628.000+
Penyerapan tenaga kerja dari sektor franchise

1,9%
Kontribusi franchise terhadap PDB

Sumber: Kemendag, 2022



Data dari salah satu penyelenggara pameran Franchise/ di Indonesia yaitu NEO EXPO dengan pamerannya IFBC, menunjukkan data sebagai berikut:



VISITOR PROFILE



Roadshow Info Franchise Expo has been held since 2005. IFBC roadshow accommodates franchisor, business opportunity owners to assemble visitors all over Indonesia, enabling you to meet and interact with the following potential business deals. Our visitor profile are:

- INVESTOR
- BUSINESS OWNER & ENTREPRENEURS
- PROSPECTED FRANCHISEES
- MASTER FRANCHISOR/LICENSEES
- BUSINESS DEVELOPMENT MANAGERS
- GOVERNMENT DEPARTMENTS
- EXECUTIVES
- RETIRED EXECUTIVE
- CORPORATE MANAGEMENT/EXECUTIVES
- 20 - 65 YEARS
- PROFESSIONALS
- RETAILERS
- LECTURES, TEACHER & RESEARCHES
- YOUNG & MILLENIALS ENTREPRENEURS
- FRANCHISE & BUSINESS CONSULTANTS
- POTENTIAL CUSTOMERS
- MEDIA
- OTHER



EXHIBITOR PROFILE



Roadshow Info Franchise & Business Concept Expo will showcase everything that has something to do with franchise and business concepts, therefore making it the most comprehensive event for the business opportunity industry.

- AUTOMOTIVE
- RESTAURANT, CAFE
- BANKING
- SALON AND SPA
- BEAUTY AND HEALTH
- BOOKSTORE
- BUSINESS CENTRE
- HOME FURNISHING
- CHILDCARE
- JEWELRY AND ACCESSORIES
- CLEANING, LAUNDRY SERVICES
- TRAVEL AGENTS
- COURIER SERVICES
- HOTEL AND RESORT
- CONSULTING SERVICES
- HOBBIES, RECREATION, AND SPORT
- CONVENIENCE STORES
- RETAIL OPPORTUNITIES
- DECORATION AND GIFT
- PRINTING AND PUBLISHING
- EDUCATIONAL CENTRE
- PHARMACY
- IT RELATED SERVICES
- TRAINING CENTRE
- FINANCING AND INSURANCE
- FOOD AND BEVERAGES
- PROPERTY AND MALL
- AND OTHER RELATED INDUSTRY



LAST YEAR IMPACT



<p>Roadshow Jakarta Visitor: 12.355 pengunjung Total Transaksi Potensial Rp. 1.706.003.416.500,-</p> <p>ICE BSD 17 - 19 Juni 2022</p>	<p>Roadshow Semarang Visitor: 2.292 pengunjung Total Transaksi Potensial Rp. 82.342.554.000,-</p> <p>UTC Convention Hotel 22 - 24 Juli 2022</p>	<p>Roadshow Surabaya Visitor: 5.700 pengunjung Total Transaksi Potensial Rp. 270.340.680.000,-</p> <p>The Square Ballroom 9 - 11 September 2022</p>	<p>Roadshow Jakarta Visitor: 9.303 pengunjung Total Transaksi Potensial Rp. 1.206.003.416.500,-</p> <p>ICE BSD 28 - 30 Oktober 2022</p>
--	--	--	--

PAST EVENT JAKARTA 2

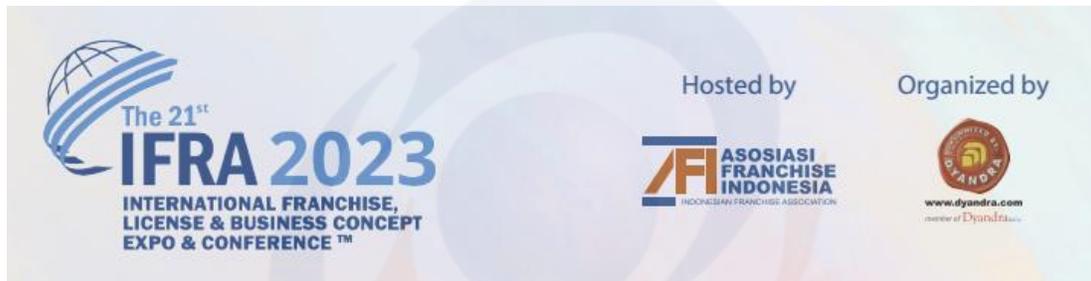


PAST EVENT JAKARTA





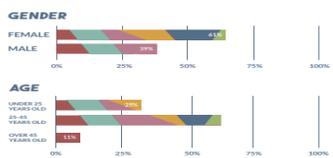
Data selanjutnya adalah dari penyelenggara pameran IFRA dengan event organizer yaitu DYANDRA PROMOSINDO (Grup Kompas Gramedia).



IFRA NATURE OF BUSINESS INDUSTRIES



VISITORS STATISTIC
*BASED IN IFRA 2022 EXHIBITORS SURVEY



REASON WHY VISIT IFRA?



Gambar 1.4 Data Franchise dari kegiatan pameran yang diadakan IFRA

Pain Relievers bertujuan untuk mengurangi customer pains. Website Franchise Center menjawab semua kebutuhan dari pemilik usaha franchise/ business opportunity untuk menawarkan produk/ jasanya, sekaligus memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan detail dan mudah dipahami, serta membantu upaya pemerintah untuk meningkatkan UMKM di Indonesia. Rating dan Review franchise/ business opportunity yang dilakukan oleh konsultan bisnis franchise terpercaya, tentunya akan memberikan manfaat untuk banyak pihak. Ini berarti akan memberikan kesempatan para franchisor/ pemilik business opportunity yang baik untuk dapat diketahui oleh para calon franchisee/ calon mitra.

Berikut adalah daftar Pains Reliever yang kami tawarkan:

1. Membuat website yang berisi informasi lengkap seputar produk franchise/ business opportunity
2. Memberikan kesempatan bagi pemilik usaha franchise/ business opportunity untuk promosi setiap saat secara online melalui website
3. Memberikan kemudahan bagi pemilik usaha franchise/ business opportunity untuk bertemu dengan calon franchisee/ calon mitra di satu website terpadu
4. Franchise/ business opportunity yang baik akan diuntungkan karena mendapatkan rating dan review dari para konsultan. Ini akan memudahkan mereka menjual produk kepada calon franchisee/ calon mitra
5. Para pemilik usaha franchise/ business opportunity akan lebih mudah memperbaiki bisnisnya karena ada edukasi yang terus menerus di dalam website Franchise Center.

1.3.2 Gain Creator

Website Franchise Center milik PT. FCI diharapkan bisa memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi para pemilik usaha franchise/ business opportunity. Website Franchise Center akan menjadi pusat informasi terpadu yang memberikan kemudahan franchisor/ pemilik business opportunity untuk bertemu dengan calon franchisee/ calon mitra.

Website Franchise Center akan menyediakan beberapa jasa dalam menunya, yaitu:

1. Informasi lengkap tentang pemilik usaha franchise/ business opportunity untuk usaha kuliner, edukasi, dan gaya hidup dalam direktori yang lengkap
2. Edukasi seputar usaha franchise/ business opportunity
3. Memberikan konsultasi gratis secara online untuk para pengunjung website
4. Memberikan konsultasi berbayar bagi pemilik usaha franchise/ business opportunity yang ingin mengembangkan usahanya.
5. Menerima iklan berbayar pada halaman utama dan halaman-halaman lainnya

6. Menyediakan jasa sebagai konektor untuk pemilik usaha franchise/ business opportunity untuk bertemu dengan calon franchisee/ calon mitra
7. Memberikan informasi training/ seminar seputar usaha franchise/ business opportunity.

1.3.3 Product/Services

Website Franchise Center milik PT. FCI adalah website terpadu yang lengkap dan informatif serta memiliki berita terbaru terkait informasi seputar produk-produk franchise/ business opportunity yang ada di Indonesia dan manca negara, edukasi bisnis dari para konsultan terpercaya, dan rating dan review.



Gambar 1.5 Logo PT. FCI

1.4 Visi dan Misi

1.4.1 Profil Perusahaan

PT. FCI merupakan perusahaan yang didirikan untuk menjawab seluruh permasalahan calon mitra/ franchisee dalam menemukan franchise/ business opportunity yang tepat serta minim resiko dan sekaligus juga mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, PT. FCI juga berniat membantu para pemilik franchise dan business opportunity dalam hal memasarkan produk/ jasanya sehingga semua dapat tumbuh dengan baik dari waktu ke waktu. Salah satu hal nyata yang akan didapatkan

adalah membantu usaha business opportunity dan franchise untuk mendapatkan mitra di seluruh Indonesia.

1.4.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

Visi PT. FCI adalah menjadi pusat informasi di Indonesia yang menyediakan informasi lengkap di bidang Franchise dan Business Opportunity.

Misi PT. FCI adalah:

1. Memberikan informasi lengkap dan user friendly bagi franchisor dan franchisee serta pemilik dan pembeli Business Opportunity
2. Melakukan update data secara berkala untuk ketepatan semua data di website franchise dan Business Opportunity
3. Memberikan pelayanan terbaik kepada semua pihak termasuk stakeholder
4. Memberikan edukasi terbaik seputar franchise dan Business Opportunity
5. Memberikan review terpercaya melalui para konsultan franchise
6. Menyejahterakan semua karyawan di dalam perusahaan

1.4.3 Nilai Perusahaan

1. Professional
2. Collaboration
3. Creative & Innovative
4. Service Excellence
5. Continuous Improvement
6. Integrity