

Mereka yang *Ngetop* di Asia

Di Asia terdapat berbagai merek bisnis franchise paling top di negaranya masing-masing. Sebagian sudah go internasional. Siapa saja mereka?

Oleh: Rofian Akbar & Harry Muhammad

Laporan: Zaziri, Ade Ahyad, Syaiful Anwar dan Tim Riset Majalah Info Franchise

Bisnis-bisnis franchise di Asia menyimpan potensi besar untuk berkembang melintasi negara tempat asal bisnis itu berdiri. Sebagian sudah go internasional. Sebagian lainnya masih belum berencana membangun jaringan ke luar negeri. Padahal di negara asalnya, sejumlah bisnis waralaba itu merupakan merek paling top dan diperkirakan mampu melakukan penetrasi di luar negeri.

Banyak faktor yang membuat sebagian perusahaan tidak mengembangkan bisnisnya ke luar negeri, meski merek mereka menjadi paling TOP di negara asalnya. Faktor regulasi dan hukum di negara tujuan menjadi hambatan tersendiri. Belum lagi faktor birokrasi dan sosio-politiknya.

Lalu, jika ingin masuk ke Vietnam misalnya, pengusaha harus mengetahui birokrasi dan sosial-politiknya serta bahasa dan budayanya. Sehingga tidak mudah masuk ke negara lain. Khusus di Vietnam, bisa belajar dari kasus Alfamart. Merek ini sejak tahun lalu berencana masuk ke Vietnam tapi kemudian batal karena terganjal peraturan negara itu yang birokratis dan kesepahaman dengan perusahaan lokal penerima franchise.

Kecuali untuk negara-negara yang memiliki kesamaan terutama dari segi hukum. Misalnya Malaysia dengan Inggris yang menggunakan hukum yang

sama. Sedangkan Indonesia yang menganut hukum Belanda, akan kesulitan masuk ke negara Asia lainnya karena faktor regulasi tadi.

Afandi Faiz, pengamat franchise Asia dari Francorp Malaysia menyebutkan, Filipina merupakan negara yang perkembangan bisnis franchisenya paling maju diantara negara-negara Asia lainnya. Faktornya adalah, negara ini mendapat pengaruh yang besar dari Amerika Serikat. Mereka juga banyak ekspor tenaga kerja ke Amerika. "Kalau kita lihat di Malaysia, sistemnya itu Inggris. Kalau di Indonesia mungkin sistem Belanda. Sedangkan exposure tentang franchise ini lebih banyak dari Amerika. Makanya kita lihat perkembangan franchise di Filipina lebih sehat," katanya.

Namun, negara yang paling banyak menjadi tujuan pertama go internasional bagi perusahaan franchise Asia adalah Singapura. Mengapa? Sebab, Singapura, tidak punya peraturan franchise. "Makanya kita lihat banyak perusahaan yang menjadikan Singapura sebagai negara pertama untuk ekspansi," katanya lagi.

Mereka Yang Top Asia

Beberapa merek franchise yang dihimpun tim riset Majalah Info Franchise berdasarkan negara, tahun berdiri, sebaran gerainya di beberapa negara, serta prestasi bisnisnya memunculkan sebanyak 50 merek franchise Asia paling

ngetop berdasarkan kategori bisnis. Merek-merek tersebut dikategorikan TOP karena telah sukses ekspansi ke berbagai negara. Selain itu, di negara asalnya mereka juga sangat sukses dan populer yang diwujudkan dari penetrasi pasar atau jumlah gerai yang besar, serta penghargaan yang telah diterima.

Merek-merek tersebut menurut Majalah Info Franchise yang dikategorikan sebagai Top Asia adalah BBQ Chicken dari Korea yang berdiri pada 1995 sudah memiliki 3000 gerai tersebar di 9 negara; China, Spanyol, Jepang, USA, Vietnam, Australia, Mongolia, Malaysia dan Singapura. Sejumlah penghargaan juga sudah banyak diraih merek ini, sebut saja seperti *Korea Franchise Award, Awarded by Minister of the Ministry of Agriculture and Forestry, Excellent Management Company Awarded by Deputy Prime Minister Excellent Management, Korea Excellent Service Company Award by Ministry of Company*, dan Korea Customer Satisfaction Award. Dan pada tahun ini merek yang di Korea mengalahkan McD ini mulai mengembangkan gerainya di Indonesia.

Dari Filipina, muncul The Generic Pharmacy yang sudah memiliki 1154 gerai tersebar di Filipina. Franchise farmasi yang didirikan pada 1949 ini telah mendapatkan berbagai penghargaan; *Most Promising Filipino Franchise of the Year*

Franchise Excellence Awards (FEA) 2009 serta Most Promising Filipino Franchise of The Year Franchise Excellent Award 2009. Masih dari Filipina, negara ini juga memiliki Jolibee, restoran *fast food* yang didirikan 1975 ini sudah memiliki 600 lebih gerai dan tersebar di USA, Brunei, Hongkong, Vietnam, Saudi Arabia, Qatar.

Dari India, ada Institut of Management Studies, merek yang didirikan pada 2001 ini telah memiliki 140 gerai di India. Beberapa penghargaan pun sempat ia diraihnya seperti *Top 50 Most Trusted Service Brands across India in the December 2003.*

Tidak ketinggalan, Malaysia pun punya beberapa merek franchise yang sudah berkibar di sejumlah negara. Diantaranya Secret Recipe, yang didirikan pada 1997 itu kini sudah memiliki lebih 250 gerai di Malaysia, Singapore, Indonesia, Thailand, China, Filipina, Brunei, serta Australia. Beberapa penghargaan juga pernah diraih, seperti *First Malaysia Fast Food Franchise, Franchise of The Year* dan *Best Sales Growth Award.*

Di Malaysia juga ada Nelson's, usaha Snack outlet ini sudah ada lebih 800 gerai di beberapa negara seperti Indonesia, Brunei, Saudi Arabia, Sweia, Jerman, Romania, Amerika, Turki, Cina. Merek ini sudah berdiri sejak 1985 dan juga meraih banyak penghargaan bergengsi. Sebut saja misalnya penghargaan *Most Promising Franchisee 1997, Franchise of The Year 1998, Homegrown Franchise 1998* dan *Most Number of Outlets for Malaysian Franchise 2006.*

Lalu di Vietnam ada merek franchise Trung Nguyen, waralaba kafe yang berdiri pada 1996 ini sudah memiliki lebih dari 1000 gerai yang tersebar diberbagai negara. Misalnya di Thailand, Korea dan Indonesia.

Sedangkan dari Taiwan ada 85c, waralaba coffe shop yang berdiri pada 2004 ini sudah memiliki lebih kurang 137 gerai tersebar di Australia, China dan USA. Merek ini juga pernah

meraih *The Most Popular Cafe Award from Yahoo Taiwan in 2005.*

Singapura, Negara Singa Putih ini memiliki waralaba Ya Kun Kaya Toast yang berdiri sejak 1944. Merek ini sudah memiliki sekitar 32 gerai di Singapura, Jepang, Indonesia, Filipina, Taiwan, Korea Selatan, Malaysia.

Selain itu, Singapura juga punya Thai Express. Merek yang didirikan pada 2001 ini sudah memiliki 40 gerai tersebar diberbagai negara seperti di Singapura, Thailand, Malaysia, dan Indonesia. Kemudian soal penghargaan, Thai Express juga termak subur. Merek ini pernah meraih *Thai Select" Brand awarded by the Royal Thai Government Certifying Authenticity in Our Brand and Food.* Lalu pernah juga mendapat *Singapore Promising Brand Award* dan masih banyak lagi.

Beralih ke Jepang, negara sakura ini memiliki waralaba Yoshinoya, Beef Bowl Restaurant ini sudah memiliki sekitar 1400 gerai tersebar di Japan, Australia, Hong Kong, China, Malaysia, Singapore, Thailand, Taiwan, US, Filipina, Indonesia. Waralaba ini sudah eksis sejak 1899.

Bagaimana dengan Negara Gajah Putih? Ya, Thailand juga memiliki waralaba unggulan yaitu Black Canyon Coffee. Restoran dan *coffee shop* yang didirikan pada 1993 ini sudah memiliki 200 gerai yang tersebar di berbagai negara asia. Sebut saja ada Kamboja, Cina, Indonesia, Malaysia,



Philipina merupakan negara yang perkembangan bisnis franchisenya paling maju diantara negara-negara Asia lainnya. Faktornya adalah, negara ini mendapat pengaruh yang besar dari Amerika Serikat.

AFANDI FAIZ,
Pengamat Franchise Asia dari Francorp

Myanmar, Singapore, Thailand, serta United Arab Emirates.

Cina juga tidak absen, negara yang ekonominya sedang tumbuh baik ini memiliki waralaba ritel Li Ning. Merek yang didirikan pada 1990 ini sudah ada di Singapura & USA. Dan telah memiliki 7915 outlet.

Bagaimamana dengan Indonesia? Negara kita juga punya beberapa merek kebanggaan yang sudah sangat populer dan meraih banyak penghargaan sehingga layak dianugerahi Top Franchise Asia. Merek-merek itu ada yang memang sudah go Asia seperti Es Teler 77, Taman Sari Spa dari Mustika Ratu, Martha Tilaar Spa, J.CO, Veneta, dan Mustika Ratu Spa. Selain itu ada juga yang belum go asia tetapi secara lokal dan jaringan sudah sangat kuat dan populer misalnya Indomaret yang sudah punya sekitar 5.082 gerai dan Alfamart yang sudah punya sekitar 4.903 gerai. ■