

**STRATEGI RELASI FRANCHISOR – FRANCHISEE DITINJAU DARI  
TEORI PERTUKARAN SOSIAL DAN TEORI HUBUNGAN MANUSIAWI  
(STUDI KASUS PADA FRANCHISE POCONG PANCONG)**

Nama : Tantri Priyankasasti  
NIM : 1011810095  
Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

**ABSTRAK**

*Salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah dengan cara membuka usaha dengan sistem franchise. Franchise merupakan suatu bentuk kewirausahaan dimana franchisor merupakan pencetus konsep bisnis yang melisensikan franchisee untuk menggunakan produk, layanan, serta proses bisnis tersebut. Meskipun usaha franchise saat ini berkembang, namun sering terdapat permasalahan antara franchisor dan franchisee yang bisa berujung pada pemutusan kerjasama. Hal ini tentu berdampak pada kelangsungan bisnis yang dijalankan. Salah satu bisnis franchise di bidang makanan yang berkembang dan dapat menjaga hubungan kerja sama adalah franchise Pocong Pancong. Pocong Pancong berdiri sejak tahun 2019 dan saat ini telah memiliki lebih dari 20 outlet di seluruh Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan franchisor dan franchisee dalam menjaga hubungan kerja sama jangka panjang dengan menggunakan teori pertukaran sosial dan teori hubungan manusiaawi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pocong Pancong memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan kerja sama jangka panjang karena franchisor dan franchisee telah berhasil menerapkan beberapa elemen yaitu ganjaran dalam hubungan, biaya dalam hubungan, komunikasi, pengarahan, keterbukaan, sikap saling menghargai, dan loyalitas.*

**Kata kunci:** Strategi Relasi, Franchisor, Franchisee, Waralaba

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



**FRANCHISOR – FRANCHISEE RELATIONSHIP STRATEGY FROM  
THE PERSPECTIVE OF SOCIAL EXCHANGE THEORY AND HUMAN  
RELATION THEORY (CASE STUDY ON POCONG PANCONG  
FRANCHISE)**

Student Name : Tantri Priyankasasti  
Student Identity Number : 1011810095  
Supervisor : Alfina, S.M., M.M.

**ABSTRACT**

*One way to increase Indonesia's economic growth is to open a business with a franchise system. Franchising is a form of entrepreneurship where the franchisor is the originator of a business concept that licenses franchisees to use the products, services, and business processes. Even though the franchise business is currently developing, there are often problems between the franchisor and the franchisee which can lead to termination of cooperation. This of course has an impact on the continuity of the business being run. One of the franchise businesses in the food sector that is growing and can maintain a cooperative relationship is the Pocong Pancong franchise. Pocong Pancong was founded in 2019 and currently has more than 20 outlets throughout Indonesia. This study aims to analyze the relationship between franchisors and franchisees in maintaining long-term cooperative relationships using social exchange theory and human relations theory. The method used in this research is descriptive qualitative with a case study approach. The results of this study indicate that Pocong Pancong has the ability to maintain long-term cooperative relationships because franchisors and franchisees have successfully implemented several elements, namely rewards in relationships, costs in relationships, communication, direction, openness, mutual respect, and loyalty.*

**Keywords:** Relationship Strategy, Franchisor, Franchisee, Franchise