

PERANCANGAN SISTEM *FRANCHISE* DISTRO SANDWICH BERDASARKAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS*

ANDRI SATRIADI, ABU BAKAR, SUGIH ARIJANTO

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: andrisatriadi69@gmail.com

ABSTRAK

Peningkatan persaingan di bisnis kuliner membuat pemilik bisnis untuk terus mengembangkan usahanya. Distro Sandwich, outlet yang khusus menjual sandwich, mendapatkan respon yang positif dari masyarakat. Respon berupa permintaan yang meningkat untuk produk sandwich, dan para pebisnis tertarik bermitra untuk membuka cabang. Melihat peluang tersebut pemilik berkeinginan untuk mengembangkan usahanya, namun keterbatasan sumberdaya menjadi kendalanya. Penelitian ini merancang sistem franchise dan alat pemasaran yang sesuai untuk mengembangkan bisnis Distro Sandwich ini. Perancangan sistem Franchise dilakukan melalui pendekatan Analisis Kelayakan Bisnis. Hasil perancangan diperoleh rancangan untuk franchisor Distro Sandwich, rancangan untuk franchisee, dan hubungan keduanya serta marketing tools. Umur Analisis yang digunakan ialah 5 tahun, hasil yang diperoleh ialah dengan nilai biaya investasi awal Franchisor sebesar Rp. 49.000.000 menghasilkan IRR 83,9%, sedangkan untuk franchisee dengan nilai biaya investasi sebesar Rp. 15.000.000 menghasilkan IRR 97%.

Kata kunci: *Distro Sandwich, Sistem Franchise, Analisis Kelayakan Bisnis*

ABSTRACT

Increased competition in the culinary business makes bussines owners to develop its business. Distro sandwiches, specialty outlets selling sandwiches gets a positive response from the community. The responses are the form of increased demand for sandwiches, and some businessman to run the Distro sandwiches. Based on that opportunities, the owner want to develop its business, but the limitations of resources into the barriers. The final project is aimed to design systems franchise and marketing tools that are appropriate for the Distro sandwiches. The design of the system through the Business Feasibility Analysis approach. The results is a draft design of the franchisor Distro Sandwich, and design marketing tools. For 5 years age of analysis the results is with value of the initial investment cost for Franchisor is IDR 49,000,000 obtained IRR 83.9%, while for the franchisees with value of the initial investment cost is IDR 15,000,000 obtained 97% IRR.

Keywords: *Distro Sandwich, Franchise system, Business Feasibility Analysis*

* Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan pembimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya Distro Sandwich tak lepas dari peran beberapa media baik lokal maupun nasional yang sejak awal pendiriannya hingga kini mencoba mengangkat eksistensi Distro Sandwich. Informasi keberadaan Distro Sandwich meluas ke tingkat Nasional akibat liputan beberapa media. Sempat beberapa pebisnis di berbagai Kota menghubungi pemilik tertarik untuk menjalankan bisnis Distro Sandwich, begitu juga calon konsumen yang berada diluar Kota Bandung tertarik untuk mencoba Sandwich.

Pemilik berkeinginan untuk mengembangkan Distro Sandwich, namun keterbatasan sumber daya manusia dan modal merupakan faktor yang menghambat berkembangnya Distro Sandwich. Kendala keterbatasan sumber daya manusia dan modal untuk mengembangkan Distro Sandwich harus dirumuskan dalam suatu produk solusi yang mampu menjawab tantangan persaingan bisnis kuliner. Jika tidak, Distro Sandwich akan kalah bersaing dengan kompetitor yang semakin ketat melakukan inovasi bisnisnya. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu rancangan yang dapat mengoptimalkan pengembangan bisnis Distro Sandwich di tengah berbagai masalah yang dihadapi.

1.2 Perumusan Masalah

Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mengembangkan suatu bisnis, dari mulai pengembangan produk sampai strategi pemasarannya. Namun langkah apa yang harus diambil juga disesuaikan dengan kebutuhan dan keterbatasan yang dimiliki. Dalam penelitian ini, solusi yang akan diusulkan untuk solusi pengembangan bisnis Distro Sandwich ialah menggunakan pendekatan sistem *franchise* (waralaba) dengan memperhatikan aspek-aspek kelayakan bisnis dalam perancangan sistem *franchise* Distro Sandwich.

2. STUDI LITERATUR

2.1 *Franchise*

Franchise/franchising adalah suatu cara pemasaran atau distribusi barang dan jasa sebuah perusahaan induk (*Franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*Franchisee*) hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu, dengan cara tertentu, waktu tertentu dan disuatu tempat tertentu.

Franchisor adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak berupa lisensi kepada pihak lain (*Franchisee*) untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan, atau ciri khas usaha yang dimiliki seperti nama perusahaan, merek dagang, simbol komersil, paten dan hak cipta.

Franchisee adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki oleh *franchisor* (Henry R, 1995).

2.2 Analisis Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan adalah sebuah studi untuk mengkaji secara komprehensif dan mendalam terhadap kelayakan sebuah usaha. Layak atau tidak layak dijalankannya sebuah usaha merujuk pada hasil perbandingan semua faktor ekonomi yang akan dialokasikan ke dalam sebuah usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya yang akan diperoleh dalam jangka waktu tertentu (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Aspek-aspek kelayakan bisnis yang dinilai dalam studi penelitian ini, yaitu:

1. Aspek pasar dan pemasaran, meliputi peluang pasar, penentuan harga, dan strategi pemasaran.
2. Aspek teknis dan operasi, meliputi perancangan produk, perancangan kapasitas produksi, perencanaan proses dan fasilitas produksi, dan perencanaan lokasi usaha.
3. Aspek organisasi dan MSDM, meliputi perancangan struktur organisasi, perencanaan tenaga kerja, dan perencanaan pelatihan.
4. Aspek legal dan lingkungan, meliputi badan hukum dan legalitas serta pengolahan limbah
5. Aspek finansial, meliputi biaya investasi awal, perhitungan *income statement*, *cashflow*, dan metode evaluasi investasi.

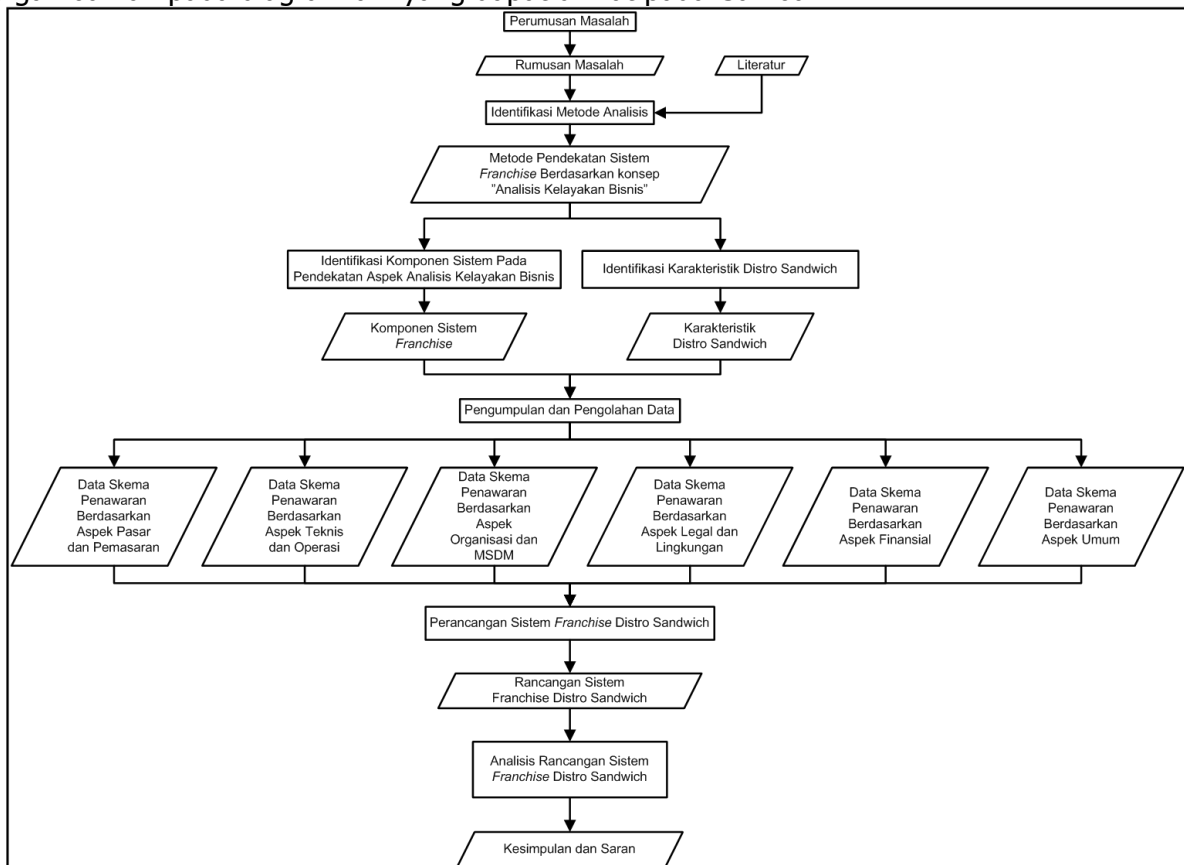
2.3 Konsep Bisnis Kuliner

Usaha kuliner adalah salah satu usaha yang tidak akan habis dimakan zaman, karena setiap waktu manusia membutuhkan makanan untuk hidup. Maka peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan bisnis kuliner yang membawa keuntungan bagi pelaku wirausaha. Jika membangun bisnis kuliner, konsep yang dibangun jangan hanya berdasarkan lokasi saja. Masih banyak hal lain yang harus diperhatikan agar usaha dapat berjalan dengan baik. Berikut ini adalah 7 konsep dasar yang harus diperhatikan demi kelangsungan hidup usaha: Selera, Gaya hidup, Daya beli, Rencana pemasaran, Lokasi, Higienis, dan Kotak saran.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Diagram Alir Penelitian

Urutan proses dan langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian tugas akhir ini digambarkan pada diagram alir yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram Alir Metodologi Penelitian

3.2 Identifikasi Masalah

Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mengembangkan suatu bisnis, dari mulai pengembangan produk sampai strategi pemasaran dan seterusnya. Namun langkah apa yang harus diambil juga disesuaikan dengan kebutuhan dan keterbatasan yang dimiliki. Dalam penelitian ini akan diusulkan suatu rancangan sistem *franchise* untuk solusi pengembangan bisnis Distro Sandwich.

3.3 Identifikasi Metode Analisis

Dalam proses mencari solusi dari permasalahan yang ada dalam analisis ini memerlukan metode. Metode analisis yang digunakan ialah pendekatan sistem *franchise* (waralaba) dengan berdasarkan aspek-aspek kelayakan bisnis dalam perancangan sistem *franchise* Distro Sandwich.

Dalam proses perancangan sistem *franchise* nantinya akan diuraikan secara bertahap berdasarkan aspek-aspek kelayakan bisnis seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan MSDM, aspek legal dan lingkungan dan aspek finansial serta aspek umum. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut maka diharapkan sistem yang nantinya diusulkan akan layak untuk diterapkan.

Metode ini didukung oleh literatur-literatur yang ada. Literatur yang digunakan bersumber dari teori, buku, jurnal, peraturan pemerintah dan tugas akhir yang berkaitan dengan sistem *franchise*.

3.4 Identifikasi Komponen Sistem Pada Pendekatan Aspek Analisis Kelayakan Bisnis

Perancangan sistem *franchise* berdasarkan aspek-aspek kelayakan bisnis. Aspek-aspek tersebut diantaranya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan MSDM, aspek legal dan lingkungan dan aspek finansial serta aspek umum. Dalam penelitian ini berdasarkan aspek-aspek tersebut dilakukan pengelompokan komponen-komponen pembentuk sistem *franchise*. Pengelompokan ini bertujuan untuk menunjukkan kelayakan dari setiap komponen pembentuk sistem *franchise* berdasarkan analisis kelayakan bisnis.

Identifikasi komponen sistem *franchise* berdasarkan pendekatan analisis kelayakan bisnis. Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan keterkaitan antara aspek kelayakan bisnis dengan aspek yang dianalisis pada perancangan sistem *franchise* pada Tabel 1.

3.5 Identifikasi Karakteristik Distro Sandwich

Identifikasi karakteristik Distro Sandwich bertujuan agar lebih mengetahui konsep dan produk Distro Sandwich yang sudah ada. Identifikasi karakteristik berdasarkan aspek-aspek analisis kelayakan bisnis yang diantaranya ialah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan manajemen sumber daya manusia, aspek legal dan lingkungan, aspek finansial. Namun karena usaha Distro Sandwich terbilang baru maka dalam pembahasannya terdapat hal-hal yang belum teridentifikasi, untuk melengkapinya akan dibahas dalam usulan sistem *franchisenya*. Identifikasi karakteristik dilakukan agar dalam perancangan sistem *franchise* bisa sesuai dengan karakter dan kebutuhan Distro Sandwich.

Tabel 1 Identifikasi Komponen Sistem *Franchise*

| Aspek Kelayakan Bisnis | Komponen Sistem <i>Franchise</i> | Pihak | |
|--|--|------------|------------|
| | | Franchisor | Franchisee |
| A. Aspek Pasar dan Pemasaran | | | |
| 1. Peluang Pasar | 1. Peluang Pasar | √ | x |
| 2. Penentuan Harga | 2. Penentuan Harga | √ | x |
| 3. Strategi Pemasaran | 3. Strategi Pemasaran: | | |
| | a. Segmentasi pasar | √ | √ |
| | b. Promosi | √ | √ |
| B. Aspek Teknis dan Operasi | | | |
| 1. Perancangan Produk | 1. Perancangan Produk | √ | x |
| 2. Perancangan Kapasitas Produksi | 2. Perancangan Kapasitas Produksi | √ | x |
| 3. Perencanaan Proses dan Fasilitas Produksi | 3. Perencanaan Proses dan Fasilitas Produksi | | |
| | a. Bahan baku | √ | √ |
| | b. <i>Standard Operational Procedure</i> (SOP) | √ | √ |
| | c. Peralatan dan perlengkapan | √ | √ |
| | d. Fasilitas yang didapat (dari <i>Franchisor</i>) | x | √ |
| | e. Fasilitas yang diperlukan (dari <i>Franchisee</i>) | x | √ |
| | f. Alur pasok | √ | √ |
| 4. Perencanaan Lokasi Usaha | 4. Perencanaan Lokasi Usaha (lokasi penyebaran <i>outlet</i>) | √ | √ |
| C. Aspek Organisasi dan MSDM | | | |
| 1. Perancangan Struktur Organisasi | 1. Perancangan Struktur Organisasi | | |
| | a. Visi dan misi | √ | √ |
| | b. Struktur organisasi | √ | √ |
| 2. Perencanaan Tenaga Kerja | 2. Perencanaan Tenaga Kerja | √ | √ |
| 3. Perencanaan Pelatihan | 3. Perencanaan Pelatihan (pembinaan, bimbingan dan pelatihan) | √ | √ |
| D. Aspek Legal dan Lingkungan | | | |
| 1. Badan Hukum dan Legalitas | 1. Badan Hukum dan Legalitas | √ | √ |
| 2. Limbah yang Dihasilkan | 2. Pengolahan Limbah | √ | √ |
| E. Aspek Finansial | | | |
| 1. Biaya Investasi awal | 1. Biaya Investasi awal | √ | √ |
| 2. Perhitungan <i>Income Statement</i> dan <i>Cashflow</i> | 2. Perhitungan <i>Income Statement</i> dan <i>Cashflow</i> | √ | √ |
| 3. Metode Evaluasi Investasi (performansi keuangan) | 3. Metode Evaluasi Investasi (performansi keuangan) | √ | √ |
| F. Aspek Umum | | | |
| | 1. Bidang usaha | √ | √ |
| | 2. Alamat kantor pusat | √ | √ |
| | 3. Ciri khas | x | √ |
| | 4. Peranan <i>franchisor</i> | √ | x |
| | 5. Peranan <i>franchisee</i> | x | √ |
| | 6. Persyaratan | x | √ |
| | 7. Tahapan bergabung | x | √ |
| | 8. Kontrak | x | √ |
| | 9. Prestasi | √ | x |

3.6 Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Komponen pembentuk sistem *franchise* yang sudah dikelompokkan berdasarkan aspek-aspek kelayakan bisnis. Diantaranya data skema penawaran kompetitor berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan operasi, aspek organisasi dan manajemen sumber daya manusia, aspek legal dan lingkungan, aspek finansial serta aspek umum. Selanjutnya mengumpulkan data skema penawaran kompetitor yang mendekati karakteristik Distro Sandwich, informasi yang sesuai dengan komponen pembentuk sistem *franchise* yang sudah

dikelompokan kemudian diuraikan. Kompetitor yang dipilih ialah Kebab Turki Baba Rafi, Kebab Ali Baba, Roti Jhon Fresh, Donat Bakar, Pizza Rakyat dan Panties Pizza.

3.7 Perancangan Sistem *Franchise* Distro Sandwich

Pengumpulan data yang dibutuhkan antara lain karakteristik produk usaha dan skema penawaran-penawaran sistem *franchise* yang ada saat ini. Dari informasi penawaran-penawaran *franchise* saat ini kemudian komponen-komponen sistem *franchise* yang terdapat dalam penawaran dikelompokan berdasarkan aspek-aspek kelayakan bisnis yang sebelumnya sudah dikelompokan.

Hasil dari rangkuman informasi kompetitor berdasarkan pengelompokan komponen pembentuk sistem *franchise* dan identifikasi karakteristik usaha kemudian dijadikan acuan dalam merancang sistem *franchise* yang sesuai. Hasil rancangan tersebut dituangkan dalam sebuah media penawaran bisnis yang dirancang untuk menarik minat calon mitra. Rancangan sistem *franchise* juga dilengkapi dengan simulasi keuangan untuk mengukur performansi keuangannya. Rancangan sistem *franchise* bagi *franchisee*, juga penyesuaian *franchisor* sebagai induk sistem *franchise* serta hubungan antara *franchisee* dan *franchisor*.

3.8 Analisis Rancangan Sistem *Franchise* Distro Sandwich

Rancangan sistem *franchise* dianalisis dari beberapa aspek untuk menunjukkan kesesuaian rancangan yang tepat. Diantaranya menganalisis keunggulan sistem *franchise* dengan cara membandingkan dengan sistem bisnis yang lain, menganalisis keunggulan sistem *franchise* Distro Sandwich yang dirancang dengan cara membandingkan dengan sistem bisnis pesaing, analisis sensitivitas dengan perubahan pada variabel volume penjualan sandwich, hingga mendapatkan NPV sama dengan nol, dan *marketing tools* yang sesuai dengan sistem *franchise* yang ditawarkan.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 DATA KARAKTERISTIK DISTRO SANDWICH

Dalam proses analisis merancang sistem *franchisee* dibutuhkan juga data karakteristik Distro Sandwich. Data ini digunakan untuk menentukan kombinasi sistem *franchise* yang sesuai dengan karakteristik usaha. Berdasarkan analisis kelayakan bisnis dalam mengidentifikasi karakteristik dapat dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan manajemen sumber daya manusia, aspek legal dan lingkungan, dan aspek finansial. Kondisi yang diidentifikasi merupakan kondisi Distro Sandwich saat ini. Saat ini Distro Sandwich hanya memiliki satu *outlet* yang berlokasi di Infinito Café jalan Cibunut Utara No. 16, Bandung.

4.2 SKEMA PENAWARAN KOMPETITOR

Pada bagian ini merupakan hasil pengumpulan data dan pengolahan data dari sistem *franchisee* yang saat ini ada berdasarkan pengelompokan aspek sesuai dengan kelayakan bisnis. Aspek kelayakan bisnis meliputi kelompok aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan MSDM, aspek legal dan lingkungan dan aspek finansial serta aspek umum. *Franchise* yang diamati ialah *franchisee* di bidang usaha yang berdekatan dengan Distro Sandwich.

Pemilihan kompetitor yang diamati didasari oleh kedekatan karakteristik dari bisnis tersebut. Kedekatan tersebut berupa jenis bidang usaha yang dijalankan, jenis produk yang dijual. Secara umum bidang usaha yang dijalankan ialah kuliner, dengan jenis produk yang berbentuk roti. Hal ini mendasari terpilihnya kompetitor yang digunakan. Dengan kedekatan karakteristik bisnis yang diamati diharapkan gambaran sistem *franchise* yang kemudian

diusulkan dapat bersaing dengan sistem *franchise* lain yang sudah ada, dan kemudian memperbaiki untuk pemenuhan kebutuhan Distro Sandwich. Sehingga pada saat dijalankan, bisnis ini akan bertahan di tengah persaingan dan semakin meluas jaringan bisnisnya.

4.3 PERANCANGAN SISTEM *FRANCHISE* DISTRO SANDWICH

Perancangan sistem *franchise* Distro Sandwich berdasarkan pendekatan analisis kelayakan bisnis diantaranya meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan manajemen sumber daya manusia (MSDM), aspek legal dan lingkungan dan aspek finansial serta aspek umum. Dengan mengikuti format Tabel 1, atas dasar karakteristik Distro Sandwich yang ada saat ini dan skema penawaran sistem *franchise* kompetitor. Perancangan sistem *franchise* meliputi:

1. Perancangan sistem *franchise* sebagai *franchisor*
2. Perancangan sistem *franchise* sebagai *franchisee*
3. Hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* dalam sistem *franchise*

Dalam menerapkan sistem *franchise* Distro Sandwich harus dilakukan langkah-langkah penyesuaian agar sistem yang telah dirancang dapat berjalan dengan optimal. Skenario penerapan sistem *Franchise* Distro Sandwich ialah:

1. Meningkatkan promosi produk Distro Sandwich baik menggunakan media *online* maupun *offline*.
2. Membuka 1-2 cabang Distro Sandwich yang dikelola oleh pemilik, untuk menguji sistem *franchise*.
3. Memperkuat cabang pusat sehingga produk Distro Sandwich disukai pelanggan.
4. Ketika dari minimal 3 *outlet* milik pemilik sudah berjalan dengan baik dan semakin berkembang pelanggannya, kemudian sistem *franchise* sudah bisa ditawarkan kepada calon mitra untuk menjadi *franchisee*.

Dalam simulasi keuangan diasumsikan untuk cabang yang baru dengan kepemilikan mitra *franchisee*, diluar cabang yang telah diimplementasikan sebanyak 3 *outlet* dengan kepemilikan *franchisor*.

4.3.1 Perancangan Sistem *Franchise* Untuk *Franchisor*

Posisi sebagai *franchisee* dengan *franchisor* tentu saja berbeda. Maka dari itu harus dijelaskan letak perbedaannya. Proses penyesuaian bagi *franchisor* lebih pada fungsi manajemen. Dari perhitungan aspek finansial dengan menghitung *income statement*, *cashflow*, *Payback Period*, NPV, dan IRR didapat hasil:

Tabel 2 Perhitungan *Cashflow Franchisor* (dalam jutaan) dan Performansi Keuangan bagi Franchisor

| Cashflow Franchisor | | | | |
|--|-----------------|-------|-----|------|
| URAIAN | Th-0 | Th-1 | ... | Th-5 |
| CASH IN | | | ... | |
| Penerimaan | | 462 | ... | 1163 |
| TOTAL CASH IN | | 462 | ... | 1163 |
| CASH OUT | | | ... | |
| Investasi Awal | 49 | | ... | |
| Biaya Langsung | | 289 | ... | 706 |
| Biaya Tak Langsung | | 162 | ... | 236 |
| Pajak Pendapatan | | 0.297 | ... | 11 |
| TOTAL CASH OUT | 49 | 451 | ... | 953 |
| NET CASH FLOW (Total Cash In - Total Cash Out) | -49 | 12 | ... | 210 |
| Performansi Keuangan Franchisor | | | | |
| Payback Period | 2 Tahun 8 Bulan | | | |
| Net Present Value | Rp 321,720,409 | | | |
| Internal Rate of Return | 83.9% | | | |

4.3.2 Perancangan Sistem *Franchise* Untuk *Franchisee*

Perancangan sistem *franchise* untuk *franchisee* sebagai sistem yang digunakan untuk menjalankan operasional *outlet*. Dari perhitungan aspek finansial dengan perhitungan yang sama dengan *franchisor* didapat hasil:

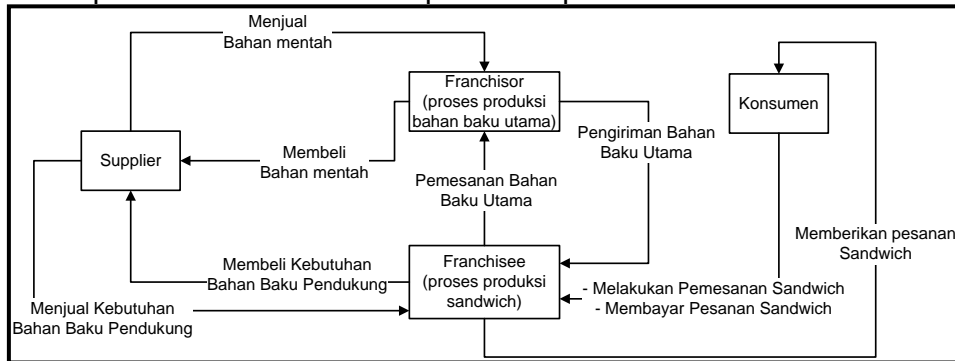
Tabel 3 Perhitungan *Cashflow Franchisor* (dalam jutaan) dan Performansi Keuangan bagi *Franchisee*

| Cashflow <i>Franchisee</i> | | | | |
|---|-----------------|------------|-----|------|
| URAIAN | Th-0 | Th-1 | ... | Th-5 |
| CASH IN | | | | |
| Penerimaan | | 183 | ... | 240 |
| TOTAL CASH IN | | 183 | ... | 240 |
| CASH OUT | | | | |
| Investasi Awal | 15 | | ... | |
| Biaya Langsung | | 154 | ... | 190 |
| Biaya Tak Langsung | | 17 | ... | 23 |
| TOTAL CASH OUT | 15 | 451 | ... | 953 |
| NET CASH FLOW (Total Cash In - Total Cash Out) | 15 | 171 | ... | 213 |
| Performansi Keuangan <i>Franchisee</i> | | | | |
| Payback Period | 1 Tahun 1 Bulan | | | |
| Net Present Value | Rp | 67,660,737 | | |
| Internal Rate of Return | 97% | | | |

4.3.3 Rancangan Sistem *Franchise* Distro Sandwich

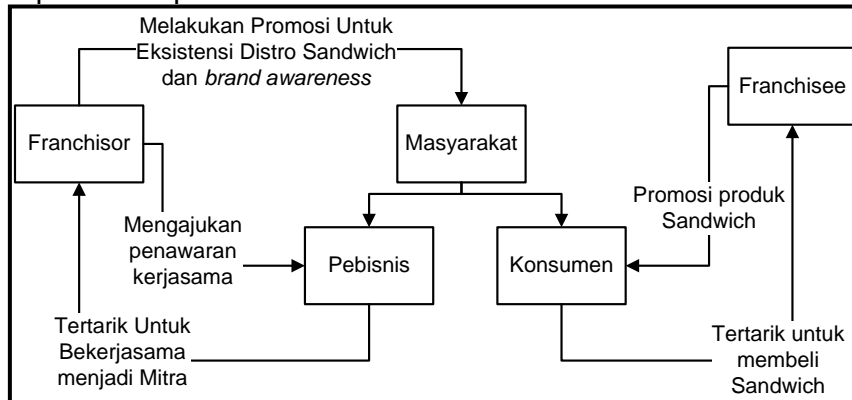
Rancangan sistem *franchise* Distro Sandwich menjelaskan interaksi setiap pihak sehingga dapat mencapai keuntungan yang optimal bagi semua pihak.

Alur dari sistem produksi dan distribusi dapat dilihat pada Gambar 2.



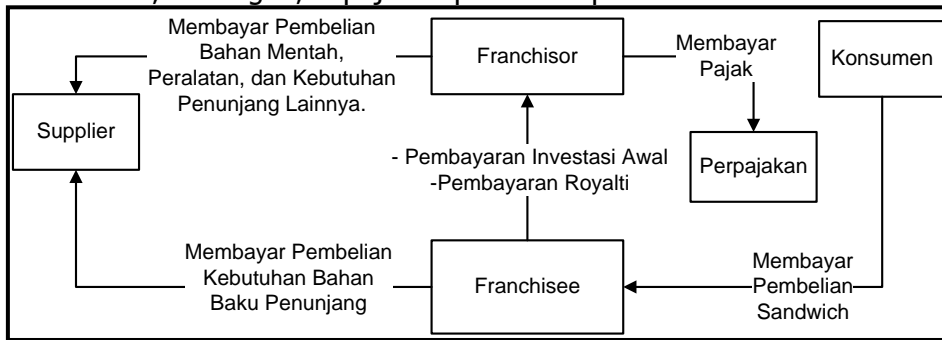
Gambar 2 Alur Sistem Produksi Dan Distribusi

Alur promosi dapat dilihat pada Gambar 3.



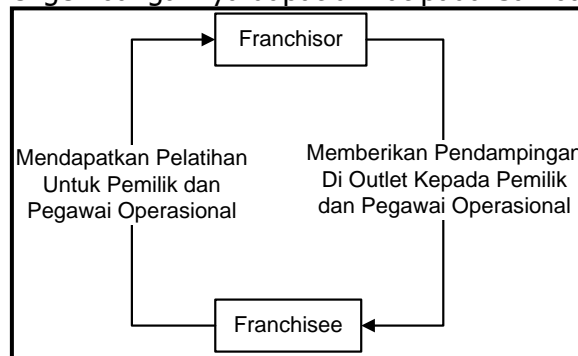
Gambar 3 Alur Sistem Pemasaran

Alur sistem akuntansi, keuangan, & pajak dapat dilihat pada Gambar 4.



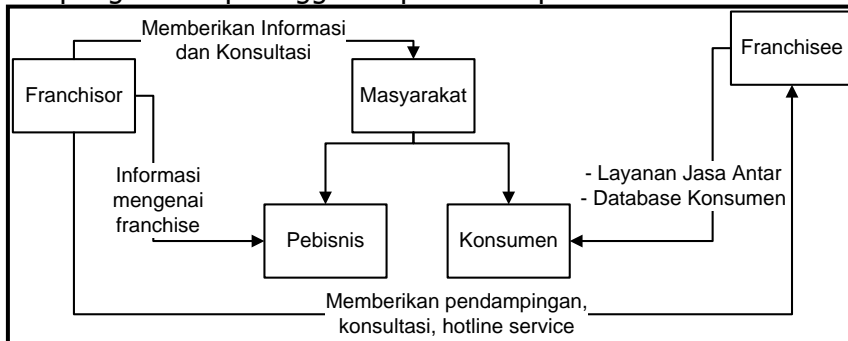
Gambar 4 Alur Sistem Akuntansi, Keuangan, & Pajak

Alur sistem MSDM dan Pengembangannya dapat dilihat pada Gambar 5.



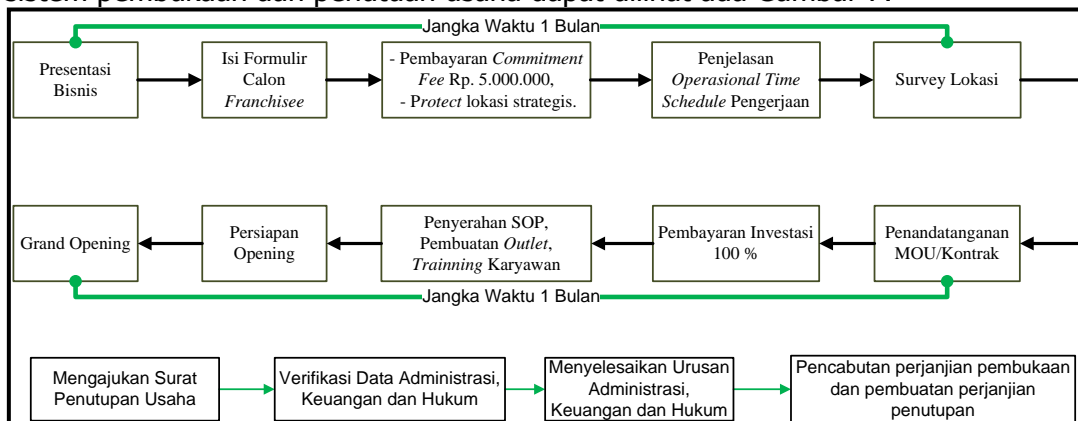
Gambar 5 Alur Sistem MSDM dan Pengembangannya

Alur Pelayanan & pengelolaan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Alur Sistem Pelayanan & Pengelolaan Pelanggan

Alur sistem pembukaan dan penutupan usaha dapat dilihat ada Gambar 7.



Gambar 7 Alur Sistem Pembukaan Dan Penutupan Usaha

5. ANALISIS

5.1 Keunggulan Hasil Rancangan Sistem *Franchise* Distro Sandwich

Keunggulan hasil rancangan dibanding dengan kompetitor dapat dianalisis melalui Tabel 2 berikut ini. Beberapa keunggulan dari hasil rancangan sistem *franchise* Distro Sandwich yaitu:

1. Performansi keuangan unggul dibanding kompetitor dengan *payback period* 1 tahun dan IRR 97 %.
2. Konsep kedai atau gerobak lebih menghemat penggunaan sumberdaya, minimal satu pegawai sudah bisa menjalankan sistem *franchise* Distro Sandwich.
3. Pembimbingan secara penuh, diberikan sejak awal proses persiapan hingga pendampingan selama berjalannya usaha.
4. *Franchisee* dapat menambahkan produk lain, atas seizin *franchisor*.
5. Kemudahan operasional, karena panduannya mudah dilakukan.
6. Sistem promosi yang fleksibel dan mengikuti perkembangan zaman, menjadikan usaha lebih modern dan menjangkau semua kalangan.
7. Antar *outlet* Distro Sandwich jaraknya diatur, sehingga tidak saling berdekatan.
8. Kontrak yang memiliki jangka waktu 5 tahun bertujuan untuk mengevaluasi keseluruhan kerjasama dan kinerja *franchisee* maupun *franchisor*, juga untuk melakukan penyesuaian kontrak jika terjadi perubahan yang berdampak pada berjalannya bisnis.
9. Cita rasa yang khas untuk saus keju dan saus teriyaki karena diproduksi sendiri sehingga tidak mudah di tiru. Serta penggunaan roti gandum yang khas.

Tabel 4 Perbandingan Kompetitor

| Perbandingan | Distro Sandwich | Kebab Turki Baba Rafi | Kebab Alibaba | Roti John Fresh | Donat Bakar | Pizza Rakyat | Panties Pizza |
|---|--|--|--|--|--|--|-------------------------------------|
| Konsep Outlet, Cakupan | Outlet Menggunakan Gerobak, Bandung | Outlet dari mulai Gerobak hingga Mini Café, Nasional + Malaysia, Filipina, dan India. | Outlet Menggunakan Gerobak, Pulau Jawa. | Outlet Menggunakan Gerobak Hingga Kedai Mini, Jakarta, Bekasi Depok. | Outlet Menggunakan Gerobak, Pulau Jawa. | Outlet Menggunakan Gerobak, Pulau Jawa, Sumatera , dan Bali. | Outlet Menggunakan Mini Café, Solo. |
| Investasi Awal (diluar sewa tempat) | Rp. 15.000.000 | Tipe 1: Rp. 65.000.000 Tipe 2: Rp. 67.500.000 Tipe 2: Rp. 75.000.000 Tipe "25 jam": Rp. 145.000.000 Tipe "Indoor": Rp. 120.000.000 | Rp. 35.000.000 | Tipe 1: Rp. 10.000.000 Tipe 2: Rp. 15.000.000 Tipe 3: Rp. 20.000.000 Tipe 4: Rp. 25.000.000 Tipe 5: Rp. 45.000.000 | Tipe 1: Rp.7.000.000 Tipe 2: Rp. 30.000.000 | Tipe 1: Rp. 12.000.000 Tipe 2: Rp. 14.000.000 Tipe 3: Rp. 27.000.000 | Rp. 150.000.000 |
| Royalty Fee | 7% | 3%-5% | 3% | 0% | 0% | Biaya Support Rp. 50.000/bulan | 1% |
| Jangka Waktu Kontrak | 5 Tahun | 5 Tahun | Tidak Ada Batas Waktu | Tidak Ada Batas Waktu | 3 Tahun | Tidak Ada Batas Waktu | Tidak Ada Batas Waktu |
| Training Center | Terdapat di Kantor Pusat | Terdapat di Kantor Pusat | Tidak Ada | Tidak Ada | Tidak Ada | Tidak Ada | Tidak Ada |
| Apakah diperbolehkan menjual produk lain? | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Boleh, Asalkan produk selain jenis roti. | Tidak Boleh |
| Eksklusifitas Lokasi Outlet | Minimal Radius 5 KM | Tidak Ada | Tidak Ada | Minimal Radius 1 KM | Tidak Ada | Tidak Ada | Tidak Ada |

5.2 ANALISIS SENSITIVITAS

Analisis sensitivitas variabel penurunan volume penjualan sandwich untuk mencapai nilai NPV = 0, didapat dari volume awal 33 sandwich perhari menjadi 22 sandwich perhari.

Kemungkinan kecil sandwich terjual kurang dari 22 sandwich tiap harinya, selain beberapa keunggulan Distro Sandwich yang dijelaskan sebelumnya dari pihak *franchisor* maupun *franchisee* juga memiliki beberapa langkah untuk meminimasi resiko tersebut sesuai kesepakatan, yaitu:

1. Melakukan berbagai macam promosi untuk menarik minat pelanggan baik menggunakan media online maupun offline.

2. *Franchisor* memberikan bimbingan kepada *franchisee* secara rutin, untuk evaluasi *franchisee* sebulan sekali, pengawasan kinerja *franchisee* seminggu sekali, dan pengendalian kualitas produk seminggu sekali. Agar kualitas setiap *outlet* terus terjaga, karena sesuatu yang kurang baik terjadi di satu *outlet*, bisa berdampak bagi *outlet* yang lain.
3. Evaluasi lokasi usaha, jika lokasi saat ini kurang baik kemudian melakukan relokasi.
4. Membuat design *outlet* yang menarik perhatian pelanggan
5. Bekerjasama dengan aplikasi Pesan-Aja, layanan pesan antar dengan melakukan pemesanan menggunakan aplikasi android "Pesan-Aja".

Oleh karena itu bisnis Distro Sandwich tidak akan sensitif setelah dilakukan analisis sensitifitas dengan variable volume penjualan sandwich.

5.3 MARKETING TOOLS SISTEM FRANCHISE DISTRO SANDWICH

Untuk dapat meyakinkan calon mitra harus secara meyakinkan keunggulan sistem *franchise*. Cara menyampaikan penawaran menjadi hal penting untuk memikat calon mitra. Penawaran dilakukan dengan cara persentasi dihadapan calon mitra, membuat rangkuman penawaran sistem *franchise* secara menarik baik dalam bentuk *catalog*, brosur, atau postingan di *website*. Informasi yang dimuat dalam media penawaran tersebut, harus sesuai dengan realisasinya dan menggambarkan kondisi-kondisi yang memungkinkan terjadi, agar calon mitra dapat mempertimbangkan dengan matang keputusannya.

Menggunakan buku penawaran yang memuat segala informasi mengenai sistem *franchise* Distro Sandwich. Buku penawaran harus dapat memberikan informasi yang lengkap dan jelas kepada calon mitra. Kontrak yang jelas dengan memperhatikan segala aspek, untuk mengatur dan mengikat kedua pihak, sehingga di kemudian hari tidak ada yang merasa dirugikan. Agar lebih meyakinkan calon mitra mengenai kemudahan menjalankan usaha *franchise* Distro Sandwich, serta menjaga kualitas tiap *outlet* perlu adanya suatu standar. Standar itu dapat berupa *Standard Operational Procedure* (SOP). Terdiri dari SOP Produksi dan Distribusi, SOP Pemasaran: Promosi dan Penjualan, SOP Akuntansi, Keuangan, & Pajak, SOP SDM & Pengembangannya, SOP Pelayanan & Pengelolaan Pelanggan, SOP Operasional Usaha dan SOP Pembukaan & Penutupan Usaha.

Penampilan *outlet* dapat mempengaruhi pandangan dari calon mitra. *Outlet* yang unik dan menarik tentukan akan menjadi nilai lebih bagi *franchise* Distro Sandwich untuk menarik minat calon mitra. Penggunaan *marketing tools* untuk *franchisee* yaitu brosur, menu, dan x-banner di setiap *outlet*nya juga dapat menjadi bahan pertimbangan calon mitra, jika design dari media tersebut unik dan menarik.

6. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian analisis kelayakan usaha Distro Sandwich ditinjau rancangan sistem *franchise* dan *marketing tools* sistem *franchise* Distro Sandwich. Kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Rancangan sistem *franchise* meliputi: sistem *franchise* untuk *franchisor*, sistem *franchise* untuk *franchisee* dan hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*.
2. Nilai investasi awal untuk *franchisor* ialah sebesar Rp. 49.000.000 dengan IRR sebesar 83,9 %
3. Nilai investasi awal untuk *franchisee* ialah sebesar Rp. 15.000.000 dengan IRR sebesar 97 %.
4. *Marketing tools* yang digunakan untuk *franchisor* kepada calon mitra ialah:
 - a. Buku penawaran sistem *franchise* Distro Sandwich

- b. Formulir pendaftaran *franchisee*
 - c. Kontrak kerjasama
 - d. *Standard Operational Procedure*
5. *Marketing tools* yang digunakan untuk *franchisee* kepada pelanggan ialah:
- a. *X-banner*
 - b. Menu
 - c. Gerobak *outlet* Distro Sandwich
 - d. Media sosial: *Twitter, Facebook* dll
6. Hasil perhitungan analisis sensitivitas menunjukkan bahwa jika usaha *franchisee* Distro Sandwich masih bisa dijalankan walaupun mengalami penurunan volume penjualan kurang dari 33 %. Kemungkinan terjadinya penurunan volume penjualan diantisipasi oleh *franchisor* dengan langkah-langkah strategis.

REFERENSI

1. Henry R. Cheesman, *Business Law : The Legal Ethical an International Environment*, Prentice Hall, Inc, A. Simon & Schuster Company, New Jersey USA, 1995.
2. Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2003.