

Strategi Mempertahankan Sustainable Growth pada Bisnis Waralaba : Studi Kasus Waralaba Es Teler 77

Devi Roswati Syahril, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=130084&lokasi=lokal>

Abstrak

Memulai suatu bisnis, baik itu merupakan bisnis baru dalam suatu industri maupun pengembangan dari bisnis yang sudah ada sebelumnya seperti bisnis waralaba memerlukan perencanaan dan strategi yang matang. Khususnya bisnis waralaba, yaitu merupakan salah satu sistem bisnis yang saat ini banyak diadopsi oleh perusahaan-perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya tanpa harus menanamkan banyak modal dan tidak terlalu sulit untuk mengawasi pelaksanaan bisnisnya karena masing-masing cabang dimiliki oleh pemilik waralaba (franchisee) yang berbeda-beda. Restoran merupakan bisnis yang paling banyak dikembangkan menjadi bisnis waralaba. Karya akhir ini dibuat untuk menganalisis bagaimana mempertahankan kelangsungan hidup jangka panjang sebuah bisnis Es Teler 77. Es Teler 77 merupakan restoran yang telah berdiri cukup lama dengan menawarkan menu khas tradisional Indonesia Misi dan restoran ini adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat melalui usaha jasa dan industri makanan - minuman asli Indonesia. Kunci sukses dan restoran ini adalah lokasi yang strategis, rasa makanan yang lezat, pelayanan yang diberikan terjaga kebersihan dan kualitasnya serta brand yang cukup terkenal. Untuk dapat menciptakan dan mempertahankan pertumbuhan bisnis jangka panjangnya, Es Teler 77 harus melakukan tahapan-tahapan penting, yaitu dengan mengembangkan bisnisnya menjadi bisnis waralaba (getting started), kemudian mengubah konsep penjualannya menjadi restoran fast food, melakukan ekspansi dengan go international dan melakukan re-branding logo, mengubah desain dan dekorasi restoran sesuai dengan target pasar baru, yaitu usia 14 - 18 tahun (getting better). Dalam tahapan getting different, dibentuk sebuah konsep resto dengan sistem pelayanan online yang lebih modern dan menu yang lebih banyak variasinya dengan standar kelas menengah ke atas. Kaitannya dengan mengembalikan siklus bisnis yang awalnya sudah akan menuju ke posisi mature kembali pada posisi growth (reverse positioning). Maka ditawarkan sebuah konsep baru yang merupakan sebuah revenue business model bagi Es Teler 77, yaitu konsep booth. Kemudian kegiatan promosi dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan brand awareness dan brand image terhadap Es Teler 77 di kalangan masyarakat. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk melakukan kegiatan promosi tanpa harus mengeluarkan banyak biaya adalah membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui customer loyalty program, diantaranya mengeluarkan kartu pelanggan (membership), voucher makan dan sebagainya.