Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pemberdayaan sistem waralaba PT. X guna mempercepat pertumbuhan usaha

Suyanni Sapoetro, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439798&lokasi=lokal

---

Abstrak

Kebutuhan hasil cetak dokumen merupakan bagian dari kegiatan dalam masyarakat dari waktu ke waktu. Secara umum, dokumen dijabarkan sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Informasi tersebut dapat berupa pemberitahuan ataupun data transaksi yang telah terjadi. Khusus untuk data transaksi yang terjadi secara periodik antara produsen dan konsumen, dokumen informasi tagihan / transaksi dicetak dengan menggunakan teknologi Document Printing System (DPS).

PT. X merupakan salah satu divisi AGDS yang melakukan usaha layan olah dokumen dengan memanfaatkan teknologi komputer mulai dari tahap pengolahan data, pembuatan desain tata letak, pencetakan dan pengamplopan (inserting) dalam suatu sistem yang terpadu. Produk PT. X berupa pencetakan dokumen berwarna ataupun hitam/putih untuk rekening koran bank, rekening telepon maupun aplikasi lainnya yang bervolume tinggi, akurat, rahasia dan tepat waktu. Pengguna terbesar jasa pencetakan DPS adalah produsen utilitas (listiik, air, gas, dan telekomunkasi) dan jasa keuangan (perbankan, kartu kredit, dan asuransi).

Guna mengembangkan usahanya, PT. X melakukan ekspansi usahanya dengan sistem waralaba. PT. X1 merupakan terwaralaba pertama sejak tahun 1997 dan berlokasi di Jakarta. Pesatnya pentumbuhan permntaan cetak DPS, ternyata tidak berjalan sejajar dengan perkembangan bisnis terwaralaba PT. X1 Hal ini sangat mempengaruhi pertumbuhan bisnis PT. X secara keseluruhan. Oleh karena itu yang menjadi isu utama bagi PT. X saat ini adalah bagaimana memperbaiki sistem pengembangan pewaralabaan PT. X guna mendukung bisnis DPS dan segera mengambil peluang yang ada.

Berdasarkan hal tersebut, studi pada karya akhir ini memiliki 3 tujuan yaitu memastikan bahwa sistem waralaba merupakan langkah yang tepat bagi pengembangan bisnis PT. X, mendapatkan area penyebab lambatnya pertumbutian usaha terwaralaba dibandingkan PT. X yang dikelola AGDS, serta memberikan masukan pada PT. X mengenai pioritas langkah perbaikan yang harus dilakukan guna mempercepat pertumbuhan pendapatan pewaralaba.

Analisis dilakukan pada hal yang terkait langsung dengan pengelolaan bisnis PT. X, tidak mencakup analisis industri DPS di Indonesia, baik dari sisi perkembangan teknologi DPS maupun pola permintaan. Dasar pembatasan ini diambil karena data perkembangan bisnis DPS bersumber dari Gartner (perusahaan riset dan analisis bisnis industri) yang sudah diolah oleh internal AGDS.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa PT. X harus memfokuskan pertumbuhan usahanya pada pelanggan

dan sektor utilitas yang melakukan pencetakan DPS secara internal. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu jumlah pelanggan dan pertumbuhan usaha sektor utilitas terbesar dibandingkan usaha pelanggan DPS lainnya, trend alihdaya produsen internal ke eksternal, kompetisi yang tidak terlalu berat antara sesama produsen DPS karena, pangsa pasar yang sangat besar, seria perolehan keuntungan yang lebih besar dibandingkan melakukan pencetakan untuk pelanggan dan industri lain.

Pemberdayaan sistem waralaba PT. X merupakan pilihan terbaik dalam memperbesar pangsa pasar volume printing PT. X. Alasan utama yang mendorong hal di atas adalah keterbatasan dana yang ada pada PT. X sehingga tidak memungkinkan melakukan investasi sendiri serta sudah tersedianya sistern waralaba PT. X. Selain itu PT. X juga akan mendapatkan keuntungan finansial dan terwaralaba dalam bentuk pembayaran fee awal waralaba dan royalti.

Untuk menjawab isu utama di atas, PT. X perlu melakukan langkah-langkah konkrit yaitu memperbaiki kontrol sistem waralaba yang belum effektif seperti kesinambungan promosi penjualan dan pelatihan kembali tenaga kerja operasional agar tingkat pelayanan yang diberikan pada pelanggan sesuai dengan standar yang disepakati. Langkah konkrit Iainnya adalah memperketat kontrak, memperbaiki meloda peniiaian kinerju terwaralaba, inemberikan kompensasi atas keberhasilan dan kegagalan terwaralaba, dan melakukan terminasi kontrak bila ternyata kineija terwaralaba sulit diperbaiki lagi.

Terakhir PT. X harus memperkokoh fungsi pemasaran waralabanya dengan mempersiapkan tenaga pemasaran dan melakukan pelatihan bagi tenaga operasionalnya guna mendukung keberhasilan operasi usaha terwaralaba-terwaralaba baru.