Prospek pelaksanaan franchise pada restoran mie : suatu telaah pada Restoran Kurumaya Citarasa

Maria Marcia Tjandrawijata, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20442221&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kenyataan membuktikan bahwa semakin besar suatu usaha, semakin besar pula tantangannya. Seorang pengusaha tidak hanya dituntut mampu membuat usahanya lebih efisien, tetapi juga harus mampu bekerjasama dalam kondisi bersaing yang ketat baik dalam skala nasional maupun internasional. Dalam hubungan itulah, dilakukan sistim franchise sebagai salah satu terobosan di bidang sistim pemasaran yang merupakan suatu bentuk pengembangan usaha.

Melihat perkembangan bisnis sekarang ini, bisnis franchise niemiliki peluang cukup besar. Yang menjadi pertanyaan bagi kebanyakan pengusaha di Indonesia adalah bagaimana memulai dan mengembangkannya, diinana standardisasi dan efektivitas merupakan tolok ukur keberhasilan dan bisnis franchise tersebut.

Perkembangan industri pelayanan jasa restoran semakin hari semakin nyata dan berarti walaupun sampai saat ini belum terdapat perbedaan menyolok dalam penentuan dan substitusi memilih menu makan, tetapi perkembangannya sendiri sudah memberikan nilai tambah yaitu mendekatkan din kepada konsumen. Oleh karena itu, tahun 1991 adalah tahun titik tolak bagi restoran Kurumaya dalam meraih pertumbuhan di bidang jasa pelayanan retoran yang mengkhususkan diri pada penjualan makanan mie dan bidang usaha franchise dengan mengembangkan segmentasi pasar terbesar melalui penguasaan jaringan-jaringan pasar.

Agar dapat berhasil dengan sistim franchise tersebut, P.T Kurumaya berusaha menciptakan produk yang mudah dipasarkan, dan menarik melalul personel yang efektif, perencanaan yang tepat dan modal yang cukup. Franchise itu sendiri pada hakekatnya merupakan suatu sistim pemasaran, suatu cara untuk mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen yang tersebar Luas yang menyangkut dua pihak yaitu franchisor yang

mengembangkan sistim, nama dan merek dagang, dan pihak franchisee yang membeli hak untuk menjalankan usaha atas nama dan merek dagang dan franchisor.

P.T Kurumaya Citrarasa yang berdiri pada bulan Pebruari 1990 merupakan anak perusahaan dari P.T Indofood Corporation dan mengkhususkan dirin pada penjualan berbagai macam mie dalam atmosfir Jepang yang telah dimodifikasi dengan situasi-kondisi dan selera konsumen Indonesia baik dalam soal rasa makanan, interior restoran, peralatan makan dan sebagainya. Sampai dengan saat ini PS tCuruniaya Citrarasa memiliki empat unit penjualan dengan beberapa menu pilihan sebagai berikut :

1. Mie Goreng -- MG (Rp. 3.300,- / porsi), tersedia dalam 3 jenis pilihan yaitu :

- mie goreng ayam

- mie goreng sea-food

- mie goreng sapi

2. Mie Kuah -- MK (Rp. 3.000,- / porsi), tersedia dalam 3 jenis pilihan yaitu :

- mie kuah ayam

- mie kuah udang

- mie kuah jamur + baso

3. Mie Spesial, tersedia dalam 3 Jenis pilihan yaitu :

? mie spesial ayam ?? KSA/S (Rp 3.000, / porsi)

? mie spesial udang ?? MSU (Rp. 4.000, / porsi)

? mie spesial sapi ? MSA/S (Rp. 3.000,? / porsi)

Sesual dengan tujuan didirikanya restoran Kurumaya yaitu nantinya akan dikembangkan melalui sistim franchise, maka diperlukan analisis kinerja pemasaran dan keuangan dengan Jalan melihat hasil penjualan per unit dan sistim pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan, serta juga tinjauan terhadap SWOT dan

kunci sukses perusahaan untuk melihat sampai sejauh mana proapek pelaksanaan franchise pada restoran mie Kurumaya ini. Lingkungan usaha franchise terhadap kegiatan yang dilakukan P.T Kurumaya Citrarasa juga berperan dalam prospek pelaksanaan franchise tersebut.

Berdasarkan analisis kinerja pemasaran, terlihat kegiatan pemasaran yang dijalankan P.T Kurumaya Citrarasa sampai dengan saat ini baru terbatas pada advertensi dengan jalan ikut serta pada kegiatan sponsorship pemutaran film dan kegiatan promosi berupa pemberian kartu discount, korek api, memo, payung dan kalkulator untuk pembelian dalam jumlah dan saat tertentu. Disamping itu kenyataan menunjukkan bahwa. kegiatan promosi / advertensi tersebut belum membawa dampak korelasi positif bagi total aktual penjualan. Berdasarkan persentasi kontribusi terhadap laba perusahaan dapat terlihat sebagai berikut :

1. MK sebesar 46 X

2. MG sebesar 28 X

3. MSU sebesar 15 X

4. MBA/S sebesar 10 X

Meskipun MSU hanya menduduki peringkat ketiga dalam sumbangan terhadap margin perusahaan, tapi dilihat dari analisis porfolio ternyata MSU menjanjikan prospek yang paling baik karena MSU memiliki relatif kontribusi margin dan pertumbuhan tingkat penjualan terbesar.

Dari analisis kinerja keuangan dibuat analisis likuiditas analisis leverage, analisis aktivitas dan analisis profitabilitas perusahaan untuk mengetahui tingkat kesehatan keuangan perusahaan untuk mendorong kegiatan pemasaran.

Usaha PT Kurumaya Citrarasa mempunyai prospek yang cukup baik sesuai dengan perkembangan jaman serta kemajuan teknologi yang ada di Indonesia. Terutama untuk kota-kota besar yang masyarakatnya mulai mengarah ke industrialisasi dan modernisasi. Tapi disamping itu juga diperlukan kebijaksanaan-kebjjaksanaan tertentu serta melihat keadaan lingkungan sekitar yang

mempengaruhi jalannya suatu usaha yang ada. Bisnis restoran ini memerlukan perencanaan yang matang dengan mengutamakan standardisasi. Melihat faktor kekuatan dan kesempatan yang dimiliki oleh P.T Kurumaya Citrarasa dalam bidang usaha franchise restoran mie, yang ditunjang oleh perencanaan dan penetapan lokasi, promosi, biaya, pengendalian manajemen dan persaingan yang cermat, maka P.T Kurumaya Citrarasa memiliki masa depan yang cerah dalam usahanya untuk memfranchisekan bisnis restorannya.