Strategi Pengembangan Bisnis *Franchise* Makanan
[SWOT *Analysis* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya]

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial Islam (S.Sos.I)

KEMENTERIAN PERPUSTAKAAN SURABAYA IAIN SUNAN AMPEL

PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLAS: K D.2012 037 42
No. REG: D.2012/42D/37
ASAL BUKU:
TANGGAL:

Oleh :
FUNGGA EKA PRASETYA
NIM. B04208023

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

2012

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULIS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Fungga Eka Prasetya

NIM : B04208023

Jurusan : Manajemen Dakwah

Alamat : Jl. Dr. Wahidin SH. Gg. 36 No. 96B. Kec. Kebomas Kab. Gresik.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1) **Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.**
2) **Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.**
3) **Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hulum yang terjadi.**

Surabaya, 6 Juli 2012

METERAI TEMPEL 3570EABF109591815 ENAM RIBU RUPIAH 6000

Pernyataan,

(Fungga Eka Prasetya)
NIM. B04208023

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama	:	Fungga Eka Prasetya
Nim	:	B04208023
Jurusan	:	Manajemen Dakwah
Judul	:	Strategi Pengembangan Bisnis *Franchise* Makanan (SWOT *Analysis* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 6 Juli 2012

Telah Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

Ahmad Khairul Hakim, M.Si
NIP. 197512302003121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Fungga Eka Prasetya ini telah dipertahankan
didepan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 18 juli 2012
Mengesahkan,

Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah

Dekan

Dr. H. Aswadi, M.Ag
Nip : 196004121994031001

Ketua

Ahmad Khairul Hakim, M.Si
Nip : 197512302003121001

Sekretaris

Deasy Tantriana, MM
Nip : 198312282011012009

Penguji I

Aun Falestien Faletehan, MHRM
Nip : 198205142005011001

Penguji II

Samsul Anam, MM
Nip : 196803072008011017

ABTRAKSI

FUNGGA EKA PRASETYA, NIM B04208023, 2012. Strategi Pengembangan Bisnis *Franchise* Makanan (SWOT *Analysis* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya). Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini adalah strategi pengembangan bisnis *franchise* makanan (SWOT *analysis* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis *franchise* makanan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya dengan menggunakan SWOT *Analysis.*

Obyek dalam penelitian ini adalah Outlet Soto ABas di Wilayah Jemur Wonosari Surabaya. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam riset ini adalah dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi.

Berdasarkan hasil riset yang peneliti lakukan di Outlet Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya dengan menggunakan SWOT *Analysis,* dapat peneliti simpulkan. Bahwa bisnis *franchise* makanan Soto ABas sangat menjanjikan untuk dijalankan. Hal ini didasarkan atas analisa yang sudah peneliti lakukan, diketahui bahwa berbisnis Soto di Daerah Jemur Wonosari masih minim persaingan. Selain itu alasan lain yang membuat berbisnis Soto ABas sangat menjanjikan adalah *brand* yang dimiliki Soto ABas saat ini dengan berbagai keunggulan yang sudah dikenal. Jaminan kualitas dengan sistem manajerial yang baik sebagai bukti keseriusan Soto Abas dalam berbisnis dengan para mitranya. Adanya kepercayaan dari para mitra yang sampai saat ini bertahan dan terus berkembang diberbagai Kota besar Indonesia. Mengandalkan aneka varian menu serta kualitas produk *fress food* menjadi pedoman penting dalam mengenalkan rasa dan kualitas.

Kata kunci : SWOT *Analysis*, *Franchise,* Outlet Soto ABas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i
PERSETUJUAN PEMBIMBING..... ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI..... iii
MOTTO..... iv
PERSEMBAHAN..... v
PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB..... vi
ABSTRAK..... vii
KATA PENGANTAR..... viii
DAFTAR ISI..... x
DAFTAR TABEL dan DAFTAR GAMBAR..... xii

BAB I PENDAHULUAN..... 1
A. Latar Belakang..... 1
B. Rumusan Masalah..... 10
C. Tujuan Penelitian..... 11
D. Manfaat Penelitian..... 11
E. Definisi Konsep..... 12
F. Sistematika Pembahasan..... 13

BAB II KERANGKA TEORITIK..... 15

A. Penelitian Terdahulu..... 15
B. Kerangka Teori..... 17
1. Pembahasan SWOT Analysis..... 17
2. Proses Analisis..... 25
3. Analisis Lingkungan Internal..... 26
4. Analisis Lingkungan Eksternal..... 28
5. Alternatif Strategi..... 31
6. Pembahasan Tentang *Franchise*..... 36
7. *Franchise* (Waralaba) Prespektif Syariah Islam..... 49

BAB III METODE PENELITIAN..... 54

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 54
B. Lokasi Penelitian..... 56
C. Jenis dan Sumber Data..... 56
D. Tahap-tahap Penelitian..... 57
E. Teknik Pengumpulan Data..... 60
F. Teknik Validitas Data..... 63
G. Teknik Analisis Data..... 64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI HASIL PENELITIAN **66**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 66
   1. Sejarah Berdirinya Soto ABas..... 66
   2. Keadaan Geografis Soto ABas. 70
   3. Visi dan Misi Soto ABas..... 70
   4. Struktur organisasi Soto ABas. 71
   5. Sarana dan Prasarana. 72
B. Penyajian Data..... 72
   1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal. 72
C. Analisis Data. 89

BAB V PENUTUP..... **95**

Kesimpulan..... 95
Saran..... 96
Keterbatasan penelitian. 98

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Tabel

2.1 Tabel Matrix SWOT.....32
3.1 Tabel Teknik Pengumpulan Data.....63
4.1 Tabel Sarana dan Prasarana.....72
4.2 Tabel Analisis Faktor Internal.....73
4.3 Tabel Daftar Nama Outlet.....79
4.4 Tabel Analisa Faktor Eksternal.....83
4.5 Tabel Menu Soto ABas.....86
4.6 Tabel Matrix SWOT.....92

Daftar Gambar

2.1 Gambar diagram Analisis SWOT.....18
2.2 Gambar SWOT *Analysis* 24
2.3 Gambar Diagram Analisis SWOT.....35
4.1 Gambar Struktur Organisasi.....71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, bertambahnya jumlah orang yang ada di sekitar kita berdampak secara langsung pada kesempatan seseorang dalam memperoleh pekerjaan. Jumlah lapangan pekerjaan yang ada ternyata tidak mampu untuk menampung jumlah penduduk pencari kerja di Indonesia. Pengangguran berati seorang yang tidak memiliki pekerjaan sama sekali, dengan demikian seorang tidak memiliki pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dampak paling negatif dari itu adalah kemiskinan.

Tercatat pada tahun 2008 jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 34,96 juta jiwa atau 15,42% dari seluruh penduduk Indonesia. Jumlah pengangguran turun dari 10,55 juta orang (9,7%) tahun 2007, menjadi 9,43 juta orang (8,5%) Tahun 2006, dan menjadi 9,26 juta orang (8,1%) tahun 2009. Demikian juga jumlah penduduk miskin menurun dari 37,2 juta orang tahun 2007, menjadi 35 juta orang (15,4%) Tahun 2008, dan menjadi 32,5 juta orang (14,2%) dalam tahun 2009.[1] Selain itu perhitungan tahun baru ini dapat kita lihat meningkatnya angkatan kerja yang terus bertambah, sekitar 2 juta orang bahkan lebih setiap tahunnya. Hal inilah yang memicu timbulnya inovasi

[1] Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2006, *Kewirausahaan pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta, Hal. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seseorang untuk membuka lapangan pekerjaan sendiri tanpa harus selalu mempermasalahkan pemerintah. Dengan membuka lapangan usaha, seseorang akan lebih mandiri, mampu menolong perekonomiannya sendiri dan juga membantu orang yang ada di sekitarnya.

Berwirausaha sebenarnya bukan suatu hal yang sulit, untuk menjalankannya dibutuhkan suatu tekad atau keberanian dalam mengambil keputusan maupun resiko yang didasari dengan niatan yang kuat dari dalam diri pribadi seseorang. *Cantillon* mendefinisikan wirausahawan adalah seorang pengambil resiko. Dicontohkan pada petani, pedagang, pengerajin dan pemilik usaha lainnya yang berani membeli produk baku pada harga tertentu dan menjualnya pada harga yang ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu orang-orang ini bekerja pada situasi dan kondisi yang beresiko.[2] Adapun dalam setiap tekad dan keberanian seorang *Entrepreneur* perlu melatih naluri *Entrepreneurnya* atau jiwa pengusaanya, untuk tetap dapat mengantisipasi setiap perkembangan yang mungkin terjadi agar selalu siap menghadapi hal dan kondisi apapun untuk tetap bertahan hidup. Kim Woo Chong, pendiri Daewo, mengatakan bahwa sekali kita memproklamirkan diri sebagai seorang pengusaha atau wiraswastawan, maka semua pemikiran kita adalah untuk usaha, Kita harus "merendam" jiwa dan raga kita ke sana. Makin lama kita

[2] Sonny Sumarsono, 2010, *Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, Hal. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjiwai dunia wiraswasta, makin banyak pengalaman kita, maka makin tajamlah naluri kita.[3]

Salah satu jenis usaha yang populer pada saat ini adalah jenis usaha *franchise*/waralaba. Yang dalam bahasa Inggris dikenal dengan *franchising* yakni hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI), atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa. sedangkan menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir. Dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.[4] Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha *franchise/*waralaba merupakan adanya kesepakatan antara *franchisor* (pemberi waralaba) dengan *franchise* (penerima waralaba) untuk menjalankan usaha mulai dengan merek, nama, cara-cara sesuai dengan kesepakan kedua belah pihak.

[3] Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, Hal. 23.
[4] Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, Hal. 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena itu *franchise* adalah salah satu praktik jual beli, baik itu berupa barang maupun pelayanan jasa. Maka hal itu tidak bertentangan dengan agama apalagi bentuk usahanya adalah berserikat atau mitra kerja. Oleh karena itu sistem bisnis Franchise ini cukup diperhitungkan oleh kalangan pengusaha Indonesia, *franchise* Dengan segala keuntungan dan kerugiannya. perkembangan ini patut dijadikan fokus pembahasan kita. Usaha *franchise* atau waralaba merupakan salah satu potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu waralaba itu sendiri. Sehingga dapat menjadi salah satu faktor bagi suksesnya pembangunan terutama di bidang perekonomian. Menjamurnya bisnis ini memberikan daya tarik tersendiri bagi bisnis makanan. Karena menurut pakar waralaba Amir Karamoy, bahwa bisnis yang layak dan bakal tumbuh di Indonesia antara lain makanan khas daerah, hal ini disebabkan keunikannya.[5] Jika saja banyak pengusaha Indonesia yang serius menangani bisnis makanan ini maka bukan tak mungkin makanan etnis Indonesia bisa tembus ke mancanegara.

Jenis usaha franchise memiliki banyak keunikan dan keunggulan. Ada beberapa produk yang dapat dijadikan *franchising* diantaranya barang atau jasa yang telah mempunyai pasar yang luas dan citra yang unggul, formula paten atau desain tertentu, nama dagang atau merek dagang, konsultan manajemen

[5] Budi Suseno Darmawan, 2006, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, Pilar Media, Yogyakarta, hlm. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau pengawasan, promosi advertising dan pembelian, kantor pusat pelayanan dll.[6] Keunggulan sistem *franchise* atau waralaba diantaranya adalah :

1. Keunggulan bagi pewaralaba

   a. Metode perluasan pasar (*market expansion*)

      Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru dikembangkan, karena nama dan citra pewaralaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba.

   b. Alternatif sumber dana

      Modal untuk memperluas usaha lebih kecil, karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang waralaba.

   c. Tingkat laba lebih tinggi yang diperoleh dari *up-front fee* dan royalti, peralatan dan suplai bahan baku, konsultasi dan sebagainya.

2. Keunggulan bagi terwalalaba

   a. Memulai suatu bisnis dengan kepercayaan diri yang tinggi, kaarena didukung oleh pewaralaba, perusahaan yang memiliki nama yang dikenal.

[6] Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Kewirausahaan, Untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung, Alfabeta, Hal.160.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Menjalankan bisnis secara efisien, karena memiliki sistem bisnis yang sudah mapan.

c. Akses pasar dan perbankan (lembaga pembiayaan) terbuka.[7]

Menanggapi pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya salah satu bisnis *franchise* yang paling layak dan menguntungkan saat ini adalah bisnis makanan atau kuliner. Adapun bisnis kuliner khas yang marak di Indonesia seperti bakso, soto, martabak, gado-gado, pecel, nasi goreng dan lain-lain belum begitu banyak menggunakan sistem *franchise*. Di Kota besar seperti Kota Surabaya bisnis kuliner dengan sistem *franchise* juga masi terhitung sedikit. Salah satu makanan kuliner khas Indonesia di Surabaya yang sampai saat ini berkembang adalah Soto ABas. Hampir setiap daerah makanan soto seakan menjadi menu andalan, dari berbagai lapisan masyarakat di Indonesiapun mengenal akan khas makanan ini. dari kalangan anak kecil, mudah hingga dewasa makanan soto begitu tidak asing dilidah masyarakat Indonesia. Demikian pula bisnis *franchise* Mochammad Cholis yakni Soto ABas yang bertempat di Jalan Jemur Wonosari Gang Lebar Surabaya. Soto ABas berdiri sejak tahun 1997 dan sekarang sudah berkembang dengan pesat, cabang dan franchise nya sudah tersebar di kota kota besar seluruh indonesia. Cita rasa yang terjaga kualitasnya dengan menggunakan resep Soto Ayam asli

[7] Budi Suseno Darmawan, 2005, *Waralaba bisnis minim resiko maksim dilaba*, Pilar Humania, Yogyakarta, Hal. 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lamongan serta menu yang bervarian, membuat Soto ABas memiliki cita rasa yang khas dan unik, sehingga mudah dikenal oleh banyak orang.

Soto ABas ini merupakan salah satu dari *franchise* makanan yang terbilang sukses melakukan usahanya. Hal ini terbukti dari adanya 33 Outlet cabang dan para mitra yang berdiri dari usaha Mochammad Cholis. Dengan inovasi penyajian masakan asli Indonesia, cita rasa masakan Soto ABas mampu beradaptasi dilidah masyarakat di Indonesia. Selain itu alasan kenapa peneliti ingin meneliti tentang perkembangan bisnis kuliner soto ini. Soto ABas memberikan sentuhan baru dalam bisnis makan asli Indonesia (khususnya soto) dari konsep konvensional menjadi *post modern*.

Dengan penjaminan kualitas dan kepuasan dalam hal rasa, pelayanan, dan profit kepada para *stake holder* ataupun secara langsung kepada para pelanggan setia Soto ABas. Dengan kenyataan bahwa sebagian besar bisnis kecil menengah dalam bidang makanan di Indonesia kurang menyadari pentingnya kualitas dalam berbagai hal, sehingga Soto ABas memiliki cita-cita besar sebagi pendobrak peningkatan kualitas dan variasi penyajian untuk masakan lokal Indonesia. Apabila seorang pelanggan menikmati satu porsi soto, biasanya yang terjadi adalah dalam satu mangkok sudah tercampur antara komposisi soto dan nasi serta proses menunggu yang cukup memakan waktu. Sedangkan Soto ABas memberikan gebrakan baru dengan prinsip, “Yang Dipisah Bisa Dicampur, Tapi Yang Dicampur Tak Bisa Dipisah.” Hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan penerapan dalam penyajian soto, dimana nasi dan komposisi soto dipisahkan sehingga seorang pelanggan dalam cara menikmati soto dapat mempunyai banyak pilihan dan kebebasan.

Hal ini ternyata juga meningkatkan efisiensi waktu dalam pelayanan tentu berbeda dengan penyajian soto lainnya bahkan model seperti ini yang munkin sudah banyak ditiru diluar Soto ABas. Disisi lain tentu ada banyak strategi dan analisa yang kuat yang dilakukan oleh pemilik Soto ABas ini. Melihat lahan yang tidak begitu luas kondisi jalanan yang padat yang sering menimbulkan kemacetan, tapi orang begitu antusias dan nyaman makan ditempat itu. Bahkan Soto ABas bisa melayani pengunjungnya hingga 24 jam setiap harinya.

Berawal dari sini perlu adanya penelitihan yang lebih mendalam untuk mendapatkan hasil atau data yang lebih jelas tentang prospek sebuah bisnis kuliner ini. Baik dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya. Langkah inilah yang biasa disebut dengan analisis SWOT, yakni identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. merupakan analisa yang tepat untuk menjelaskan dan memaparkan tentang bagaimana Soto ABas dapat mengembangkan dan menjalankan strategi dalam berbisnis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena semakin maraknya bisnis waralaba di Indonesia maka penulis mengangkat masalah pola bisnis waralaba ini dengan menggunakan analisis SWOT, dikarenakan dalam analisis SWOT terdapat empat unsur yang menjadi penentu dalam pengambilan keputusan yang strategis. SWOT, singkatan dari S adalah *strenght* (kekuatan), W adalah *weakness* (kelemahan), O adalah *opportunities* (kesempatan), dan T adalah *threats* (ancaman), yang mana semua itu sangat diperlukan dalam berdirinya suatu usaha. Suatu perusahaan bisa dikatakan berhasil apabila dapat mengembangkan dan menjalankan strategi untuk mengatasi berbagai ancaman baik internal maupun eksternal dan meraih peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.[8]

Analisis dampak pengaruh lingkungan eksternal terhadap bisnis banyak dijumpai dalam literatur manajemen strategik, pendekatan ini mencoba menganalisis pengaruh lingkungan eksternal dalam dua tahapan kebutuhan. Kebutuhan pertama, analisis tersebut dilakukan pada saat perusahaan akan memulai proses penyusunan *business plan*, termasuk pada saat perusahaan akan melakukan revisi atas rencana bisnis tersebut. Kebutuhan kedua, analisis dampak lingkungan eksternal yang dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan

[8] Freddy Rangkuti, 2004, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan, misalnya melihat sejauh mana pengaruh perubahan lingkungan eksternal terhadap *business process* atau kinerja perusahaan.

Jika ditarik benang merah dengan adanya kasus semakin besar minat masyarakat Indonesia terhadap bisnis waralaba seperti yang dikatakan oleh Jusuk Soehardja, *Development Manager Australian Trade Commision* di kedubes Australia. Bahwa orang Indonesia itu sensitif dengan harga. Maka sangatlah mungkin bahwa bisnis waralaba menjadi pilihan usaha bagi masyarakat Indonesia daripada usaha pencari laba lainnya, yang mana waralaba adalah bisnis minim resiko maksim di laba.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengangkat permasalahan tersebut menjadi sebuah skripsi yang berjudul " Strategi Perkembangan Bisnis *Franchise* Makanan (SWOT *Analysis* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya)."

Adapun penulis meneliti permasalahan tersebut adalah pertama, tolak ukur dalam menentukan strategi baru dalam bisnis *franchise* makanan dengan SWOT *analysis*, SWOT merupakan analisa yang tepat untuk menjelaskan dan memaparkan tentang bagaimana Soto Abas bisa mengembangkan dan menjalankan strategi untuk mengatasi berbagai ancaman baik internal maupun eksternal dan meraih peluang yang ada. Kedua, menurut pengamatan penulis, usaha *franchise* belum banyak terdapat dalam judul penelitian skripsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manajemen Dakwah sehingga mendorong peneliti untuk mengangkat dalam sebuah judul penelitian.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengembangan bisnis *franchise* makanan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya Dengan menggunakan SWOT *Analysis*?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis *franchise* makanan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya dengan menggunakan SWOT *Analysis.*

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini, diharapakan dapat memberikan manfaat yang beguna bagi berbagai pihak yaitu:

1. Untuk Individu, manfaat dari penelitian yang diambil adalah untuk memperdalam pengetahuan Manajemen Dakwah konsentrasi kewirausahaan kususnya dalam menganalisa sebuah bisnis dengan *SWOT Analysis* dan juga sebagai perbandingan antara teori yang diberikan dengan realita pada umumnya yang dihadapi oleh jenis usaha makanan dan sebagai pencapaian gelar sarjana (S1).

2. Untuk Akademis, manfaat dilaksanakan penelitian ini, untuk memenuhi tugas akhir perkulian yakni Skripsi, dan sebagai tambahan literatur bacaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi mahasiswa maupun mahasiswi khususnya di Kampus IAIN Sunan Ampel Surabaya

3. Untuk Unit Usaha, manfaat adanya penelitian ini adalah sebagai bahan evaluasi untuk kemajuan Outlet Bisnis *franchise* Makanan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konsep

Agar tidak terjadi kerancuan makna mengenai bisnis *franchise* makanan melalui Analisis SWOT maka peneliti akan memberikan gambaran dari teori yang ada hubungannya dengan Judul penelitian, diantaranya adalah:

1. *Franchise*

Menurut Hisrich-Peters *franchise* adalah:

Franchising may be defined as "an an arrengement whereby the manufacturer or sole distributor of a trear marcet product ir service gives exclusive rights of local distribution to independent retaliers in return for their paiment of royalities and conformance to standardized operating procedurs. (*franchising* didefinisikan sebagai pelimpahan dari pabrikan atau ditributor suatu produk atau jasa yang diberikan kepada agen-agen lokal atau pengecer dengan membayar sejumlah royalti)

Sedangkan menurut Bygrave, *franchise* adalah:

Robert T. Justis, Professor of Franchising at the University of Nebraska, defines franchising in general as a businnes opportunity by which the owner, producer, or distributor (frenchiser) of a service or trademarked products grant exclusive rights to an individual (franchise)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

for the llocal distribution of the product or service and in return reserves a payment or royalty and conformance to quality standarts. (*Franchising* merupakan sebuah peluang bisnis dimana pemilik, produsen atau distributor sebagai *franchisor* dari barang dan jasa atau merek tertentu memberi hak kepada individu atau *franchesing* untuk menjadi agen lokal dari barang dan jasa dan sebagai imbalannya menerima pembayaran atau royalti yang telah ditetapkan).[9]

2. SWOT *Analysis*/ Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah Identifikasi berbagai Faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.[10]

F. Sistematika Pembahasan

[9] Prof. Dr. H. Buchari Alma, 2009, *Kewirausahaan Untu Mahasiswa Umum*, Bandung, Alfabeta, Hal. 159.
[10] Freddy Rangkuti, 1997, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, Hal. 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain:

Bab I, Pembahasan, pada Bab ini berisikan tentang gambaran umum yang meliputi latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

Bab II, Kerangka Teori, pada bab ini berisikan tentang kajian kepustakaan konseptual yang meliputi pengertian terdahulu yamg relevan, dan proses analisis SWOT.

Bab III, Metode Penelitian, pada bab ini berisikan tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta teknik keabsahan data.

Bab IV, Penyajian dan Analisa Data, pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data yang memaparkan fakta-fakta mengenai masalah yang diangkat dan analisis data. Data yang telah dianalisis dan diuji keabsahan datanya dibandingkan dengan teori.

Bab V, Penutup, Pada bab ini berisi penutup yang memaparkan tentang kesimpulan serta rekomendasi atau saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini di antaranya:

1. Laily Arifah melakukan Riset tentang Analisis SWOT di Bank Bukopin Surabaya dengan judul "Analisis SWOT pada Bank Bukopin Syariah Cabang Surabaya". Studi yang dikerjakan pada tahun 2008 tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada Bank Bukhopin Syariah cabang Surabaya. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data dengan menggunakan Analisis Domain.[11]

2. Syaeful Jatra Kusuma Wardana, melakukan riset tentang anailsis SWOT terhadap organisasi nirlaba di Purwosari kabupaten Kediri dengan judul penelitian "Analisis SWOT Terhadap Organisasi Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sadar kecamatan Purwosari Kabupaten Kediri". Dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan

[11] Laily Arifah, 2008, *"Analisis SWOT pada Bank Bukopin Syariah Cabang Surabaya"*, Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kelemahan) yang ada pada Koperasi pegawai Republik Purwosari. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan analisis data ia menggunakan metode analisis domain. Kemudian untuk mendapatkan keabsahan data menggunakan Tringgulasi.[12]

Dengan melihat titik perbedaan obyek disini maka menjadi wajar bilamana penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sebagaimana yang nanti dijelaskan dalam sub-sub metode penelitian, mengingat salah satu fokus tujuan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi apakah bisnis *franchise* makanan Soto ABas ini bisa dikatakan sukses dalam menentukan sebuah strategi bisnisnya.

Yang membedakan riset Laily Arifah dan Syaeful Jatra Kusuma Wardana dengan penelitian ini adalah obyek bisnis yang dikembangkan. Penelitian ini menekankan pada bisnis *franchise* makanan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya bahwa dengan menggunakan strategi analisis SWOT dapat membantu dan mempermudah mengetahui segala kekuatan dan kelemahan yang akan dihadapi suatu lembaga maupun unit usaha. Perbedaanya adalah titik fokus dan obyek yang dijadikan penelitihan, peneliti terdahulu adalah dibidang kelembagaan dengan obyek pada Bank Bukopin Syariah Cabang Surabaya dan

[12] Syaeful Jatra Kusuma Wardana, 2010, *"Analisis SWOT Terhadap Organisasi Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sadar kecamatan Purwosari Kabupaten Kediri"*, Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Koperasi pegawai Republik Indonesia Purwosari Kediri, sedangkan penelitian sekarang bergerak dibidang kewirausahaan yang meneliti disalah satu unit usaha atau bisnis *franchise* Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya.

B. Kerangka Teori

1. Pembahasan tentang SWOT *Analysis*

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(strengts)* dan peluang *(opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weakness)* dan ancaman *(threats)*.[13]

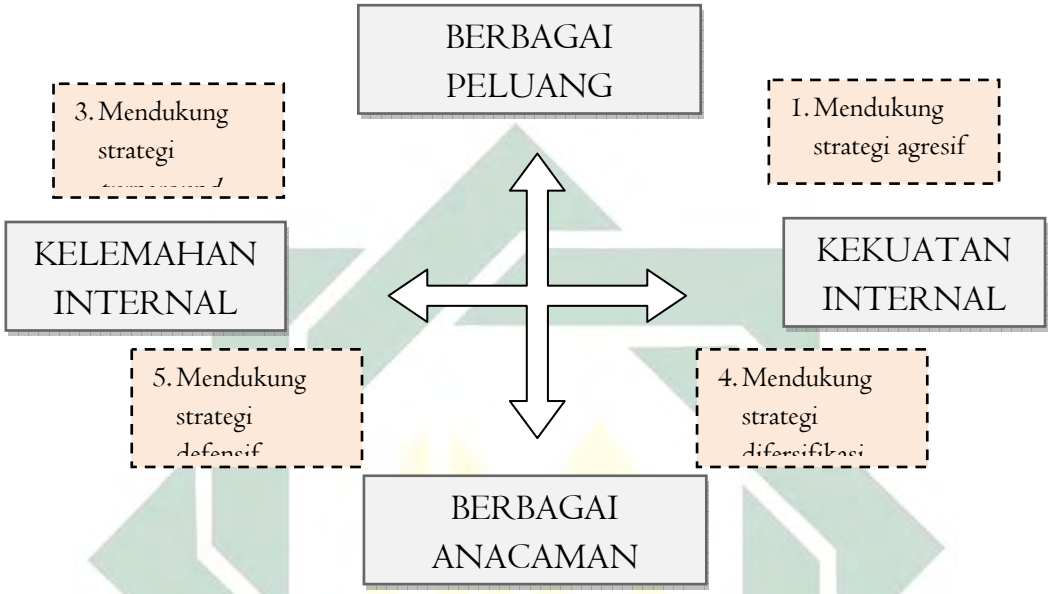
Dalam membuat keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

[13] Rangkuti Freddy, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, hlm. 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.1

Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Quention Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuadran 4 : ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.[14]

Analisis SWOT digunakan sebagai penentu kebijakan strategi perusahaan atau organisasi dalam memaksimalkan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Sekaligus berperan memperkecil kelemahan yang ada dalam perusahaan serta menekan berbagai ancaman yang akan timbul.

b. Pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat. Sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan, dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

1) Kekuatan (*Strenght*).

Yang dimaksud dengan kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut. Seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan, serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya. Menurut Pearce. Robinson, kekuatan adalah sumber daya,

[14] Freddy Rangkuti, 1997, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, Hal. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.[15]

2) Kelemahan (*Weakness*).

Yang dimaksud dengan kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan, baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.[16]

3) Peluang (*opportunity*).

Yang dimaksud dengan peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya

[15] Pearce. Robinson, 1997, *Manajemen Stratejik Formulasi Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*, Binarupa Aksara, Jakarta, hlm. 231.
[16] Pearce. Robinson, 1997, *Manajemen Stratejik Formulasi Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*, hal. 232.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan tekhnologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.[17]

4) Ancaman (*Treats*).

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan tekhnologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.[18]

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi. Keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang. Sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi

[17] Pearce. Robinson, 1997, *Manajemen Stratejik Formulasi Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*, hlm. 233
[18] Pearce. Robinson, 1997, *Manajemen Stratejik Formulasi Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*, hlm. 234.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategis dan acuan logis dalam pembahasan sistematik tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

c. Manajemen Strategi

Suatu perusahaan bisa dikatakan berhasil apabila dapat mengembangkan dan menjalankan strategi untuk mengatasi berbagai ancaman baik internal maupun eksternal dan meraih peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendaya gunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.[19] Ada beberapa konsep yang sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun antara lain:

1) *Distintinctive Competence*

[19] Rangkuti Freddy, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, hlm. 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menjelaskan kemampuan spesifik, yaitu suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing yang meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.[20]

2) *Competetive Adventage*

Menjelaskan keunggulan bersaing oleh pilihan strategi dilakukan untuk merebut peluang pasar meliputi *cost leadership*, diferensiasi dan fokus.[21]

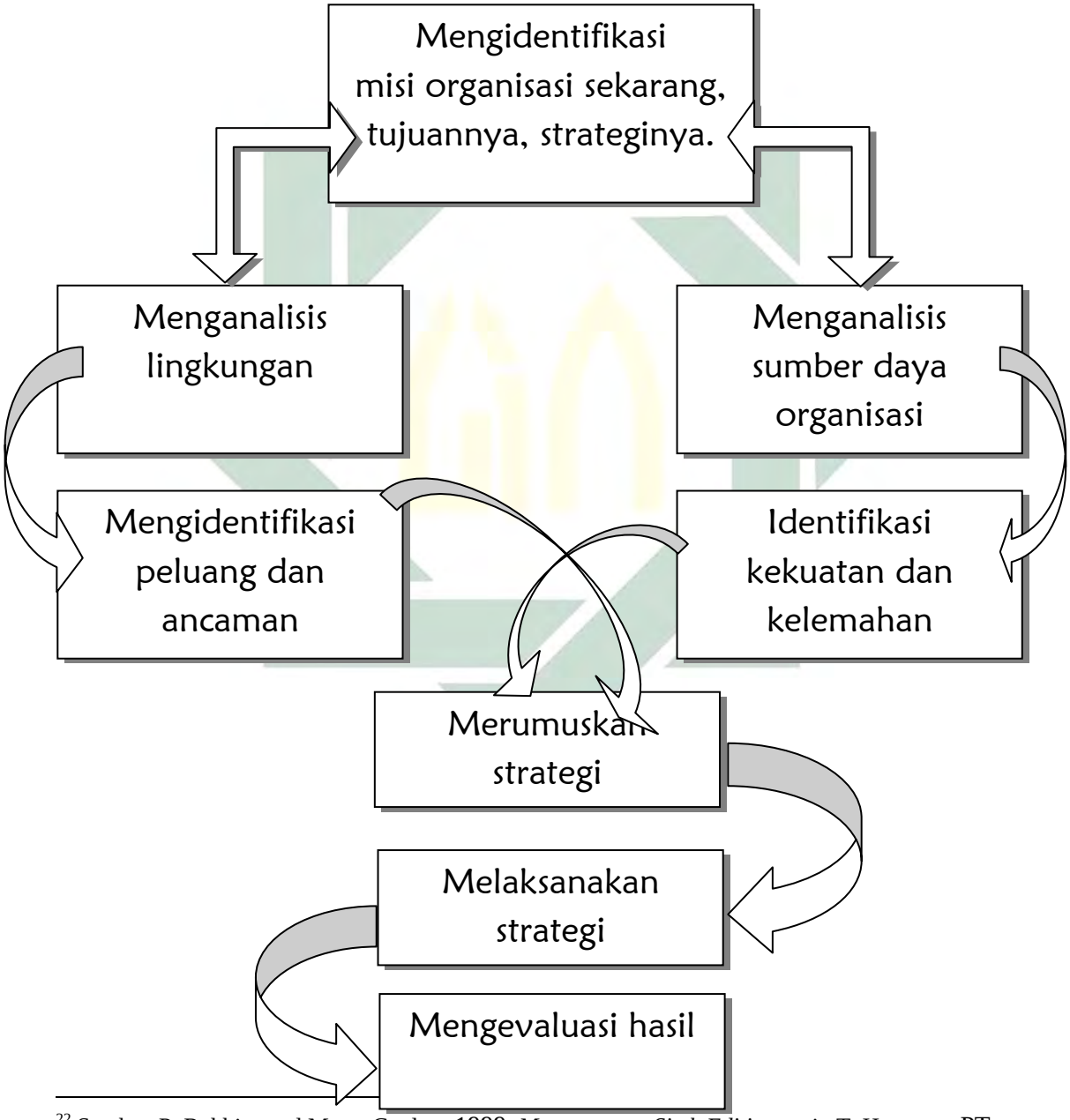
Proses manajemen strategis merupakan sebuah proses yang mencakup perencanaan strategi, pelaksaanaan dan evaluasi seperti pada diagram berikut ini.

[20] Rangkuti Freddy, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21,* hlm. 5.
[21] Rangkuti Freddy, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21,* hlm. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gamabar. 2.2

SWOT *Analysis* [22]



[22] Stephen P. Robbins and Marry Coulter, 1999, *Management, Sixth Edition*, terj., T. Hermaya, PT Prenhallindo, Jakarta, hlm. 225.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Proses Analisis

Analisis kasus adalah kegiatan intelektual untuk memformulasikan dan membuat rekomendasi, sehingga dapat diambil tindakan manajemen yang tepat sesuai dengan kondisi atau informasi yang diperoleh dalam pemecahan kasus tersebut. Analisis kasus ini penting bagi setiap pengambil keputusan. Dalam analisis yang bersifat strategis, tidak ada jawaban benar atau salah, ini disebabkan karena setiap kasus yang berhasil diselesaikan oleh pendekatan baru dan pencarian masalah baru yang muncul dari permasalahan sebelumnya. Tahap akhir analisis kasus adalah memformulasikan keputusan yang akan diambil. Keputusan yang berbobot hanya dapat dibuktikan oleh waktu, artinya keputusan yang diambil benar-benar terbukti setelah periode waktu tertentu.

Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat dalam suatu kasus. Menganilisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah. Dalam proses pembuatan analisis SWOT, penelitian menunjukan bahwa kinerja perusahan dapat ditentukan oleh kombinasi internal dan ekternal. Kedua faktor tesebut harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara eksternal peluang dan ancaman dengan faktor kekuatan dan kelemahan.[23]

[23] Freddy Rangkuty, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, hal. 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Analisis Lingkungan Internal

Tahapan ini berintikan pada analisis kondisi internal yang meliputi faktor kelebihan atau kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi. Analisis kondisi internal juga dimaksutkan untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing (*competitive advantage*) organisasi.[24]

Analisis internal adalah kajian terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis ini mengidentifikasikan kuantitas dan kualitas sumber-sumber yang tersedia bagi organisasi. Komponen ini melibatkan sejumlah alternatif strategik dalam upaya pencapaian tujuan organisasi. Kajian ini melibatkan analisis kritis terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal, kesempatan dan ancaman eksternal. Perbandingan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*treaths*) dikenal dengan analisis SWOT. Suatu analisis SWOT menghasilkan sejumlah alternatif strategi. Untuk memilih alternatif tersebut organisasi mengevaluasi satu sama lain dengan memperhatikan kemampuan untuk mencapai tujuan.[25]

Lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada didalam organisasi yang tercipta karena proses kerja sama atau karena proses konflik yang ada didalam organisasi. Disamping proses kerja sama organisasi

[24] Muhammad Ismail Yusanto, dkk, 2003, *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah,* Khairul Bayaan, Jakarta, hal. 25.
[25] Akdon, 2009, *Manajemen Strategik Untuk Manajemen Pendidikan,* Alfabeta, Bandung, hal. 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didalamnya juga ada proses konflik. Proses konflik dapat bersifat disfungsional atau bersifat fungsional. Lingkungan internal akan ada disetiap fungsi dan bagian, oleh karena itu lingkungan intrernal harus diperhatikan. Lingkungan internal bersifat dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal. Jika lingkungan internal sudah tidak dapat dikendalikan maka perusahaan telah berada diujung kegagalan (kebangkrutan).[26]

Lingkungan intern adalah sikap kemampuan kinerja dan harapan pimpinan, staf, karyawan. Adapula yang menyebutkan bahwa lingkungan intern itu sebenarnya adalah situasi didalam perusahaan yang meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan baik dalam segi operasional maupun manajerial. Selanjutnya pelu pula dilihat bagaimana efesien struktur organisasi dan tingkat laba yang diperoleh semua mempengaruhi tindakan pencapaian tujuan.[27]

Analisis lingkungan internal bersumber pada sumberdaya perusahaan yang mencakup faktor SDM, sumber daya organisasi dan sumber daya fisik. Faktor pertama berkenaan dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan SDM, seperti pengalaman, reputasi, kapabilitas, pengetahuan dan wawasan. Keahlian dan kebijakan perusahaan terhadap hal ihwal ketenaga kerjaaan. Faktor kedua berkaitan dengan sistem dan proses yang dianut perusahaan termasuk didalamnya strategi, struktur organisasi, budaya, manajemen pembelian, operasi

[26] H. Kusnandi, 2000, *Pengantar Manajemen Strategi*, Universitas Brawijaya, Malang, hal. 82.
[27] Sukanto Reksohdiprodjo, 1990, *Manajemen Strategik* Edisi II, Andi, Yogyakarta, hal.6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau produksi, keuangan, penelitian dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi dan sistem pengendalian. Faktor ketiga meliputi perlengkapan, lokasi geografis, akses terhadap sumber bahan mentah, jaringan distribusi dan teknologi.[28]

4. Analisis Lingkungan Eksternal

Kondisi lingkungan yang dihadapi oleh setiap perusahaan saat ini berbeda dengan kondisi dimasa lalu. Banyak perusahaan kini bersaing dalam pasar global bukan lagi dalam pasar domestik. Perubahan teknologi dan peningkatan kemampuan untuk memperoleh serta mengelola informasi menurut pelaksanaan dan tanggapan bersaing yang lebih tepat waktu dan efektif. Perubahan sosiologis yang pesat yang terjadi dibanyak berbagai Negara mempengaruhi ketenagakerjaan, disamping sifat produk yang diinginkan konsumen semakin berfariasi. Kebijakan dan hukum yang digariskan pemerintah mempengaruhi pilihan perusahaan mengenai dimana dan bagaimana mereka berusaha dan bersaing. Perusahaan harus waspada dan menyadari dampak dari kenyataan lingkungan ini, sehingga menjadi pelaku dalam persaingan yang efektif dalam perekonomian gelobal.

[28] Muhammad Ismail Yusanto, 2003, *Manajemen Strategis Prespektif Syari'ah,* Khairul bayan, Jakarta, hal. 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melakukan analisa eksternal, perusahaan menggali dan mengidentifikasi semua peluang (*opportunity*) yang berkembang dan menjadi tren pada saat itu serta ancaman (*threath*) dari para pesaing dan calon pesaing.

Kebanyakan perusahaan menghadapi lingkungan eksternal yang berkembang secara tepat, kompleks dan gelobal, yang membuatnya semakin sulit diinterpretasikan. Untuk menghadapi data lingkungan yang sering kali tidak lengkap, perusahaan dapat menempuh cara yang disebut analisis lingkungan eksternal (*external enviromental analysis*), empat kegiatan tersebut antara lain :

a. Pemindaian (*scanning*)

Pemindaian adalah usaha untuk mempelajari seluruh segmen dalam lingkungan umum, dan merupakan studi terhadap semua segmen dalam lingkungan umum. Melalui pemindaian, perusahaan mengidentifikasi tanda-tanda awal dari perubahan potensial dalam lingkungan umum dan mendeteksi perubahan-perubahan yang sedang terjadi. Ketika melakukan pemindaian, seringkali perusahaan menghadapi data dan informasi yang ambigu, tidak lengkap dan tidak ada kaitannya. Pemindaian lingkungan merupakan hal penting dan menentukan bagi perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam lingkungan yang sangat tidak stabil. Selain itu, aktivitas pemindaian harus disatukan dengan konteks organisasi, suatu sistem pemindaian dirancang untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan yang tidak setabil maka tidak akan cocok bagi perusahaan yang berada dalam lingkungan stabil.[29]

b. Pengawasan (*monitoring*)

Pada saat melakukan monitoring, para analisis mengamati perubahan lingkungan untuk melihat apakah suatu kecenderungan yang penting. Hal penting dalam suksesnya monitoring adalah kemampuan untuk mendeteksi arti dari setiap kejadian lingkungan. Sebagai contoh kecenderunagan dalam hal pendidikan dapat diperkirakan dari perubahan dalam dana pusat (federal) dan negara bagian (state) untuk lembaga pendidikan, perubahan dalam persyaratan kelulusan sekolah menengah, atau perubahan isi kurikulum sekolah tinggi. Dalam hal ini, analisis yang menentukan apakah peristiwa yang berbeda ini menggambarkan suatu kecenderungan dalam pendidikan dan jika memang demikian, apakah data atau informasi lainnya harus dipelajari, untuk memantau kecenderunagan tersebut. Kritikal bagi pengawasan yang berhasil adalah kemampuan untuk mendeteksi makna dalam peristiwa-peristiwa lingkungan yang berbeda.[30]

c. Peramalan (*forecasting*)

[29] Michael, A. Hitt, dkk, 2001, *Manajemen Strategik Daya Saing dan Global Konsep*, Erlangga, Jakarta, hal. 53.
[30] Michael, A. Hitt, dkk, *Manajemen StrategisMenyongsong Era Persaingan Gelobal*, hal. 43-44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis pengembangan proyeksi tentang apa yang terjadi dan seberapa cepat, sebagai hasil perubahan dan kecenderungan yang dideteksi melalui pemindaian dan pengawasan. Sebagai contoh analisis dapat memperkirakan waktu yang telah diperlukan suatu tegnologi baru untuk mencapai pasar, atau mereka juga dapat memperkirakan kapan prosedur pelatihan perusahaan yang berbeda dibutuhkan untuk menghadapi suatu perubahan

d. Penilaian (*assesing*)

Tujuan dari *assesssing* adalah menentukan saat dan pengaruh perubahan lingkungan serta kecenderungan dalam manajemen strategis suatu perusahaan. Melalui *scanning*, *monitoring*, dan *forecasting*, analisis dapat mengerti lingkungan umum. Selangkah lebih maju, tujuan dari *assessing* adalah untuk menentukan implikasi dari pengertian itu terhadap organisasi. Tanpa *assessment* anlisis akan mendapatkan data yang menarik, tapi tanpa mengetahui relevansinya.[31]

Setelah dilakukan analisis lingkungan eksternal dan internal maka proses selanjutnya berdasarkan analisa eksternal akan dirumuskan variabel peluang dan ancaman. Sedangkan dari analisa internal akan dirumuskan variabel kekuatan dan kelemahan, berdasarkan identifikasi variabel-variabel internal dan eksternal.

[31] Michael, A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategis Menyonsong Era Global*, hal. 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Alternatif Strategi

Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi perusahaan adalah dengan cara membuat SWOT Matrik. SWOT matrik ini dibagun berdasarkan hasil analisa faktor-faktor strategis baik eksternal maupun internal yang terdiri dari fokus peluang, ancaman, kekuatan serta kelemahan. Berdasarkan SWOT matrik tersebut dapat disusun dan alternatif strategi tersedia, yaitu SO, WO, ST dan WT. Data informasi yang digunakan oleh masing-masing strategi ini diperoleh untuk matrik EFE dan IFE. Oleh karena itu sebelum menganalisakan SWOT pembuatan EFE dan IFE tentu saja menjadi hal yang harus didahulukan terlebih dahulu. Dan dalam strategi ini masing-masing memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain. Analisa dengan menggunakan data yang diperoleh dari tabel IFAS dan AFAS.[32]

Tabel 2.3

Matrik SWOT

IFAS / EFAS	**STRENGTH (S)** Tentukan faktor-faktor kekuatan Internal	**WEAKNESS (W)** Tentukan faktor-faktor kelemahan Internal

[32] Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiflimansyah, 2007, *Manajemen Strategi* Edisi Revisi, FEUI, Jakarta, Hal. 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

OPPORTUNITY (O) Tentukan faktor-faktor peluang internal	**STRATEGI SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI WO** Ciptkan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATH (T) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	**STRATEGI ST** Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber, diagram matrik SWOT oleh Freddy Rangkuti dalam bukunya Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997). Agar lebih mudah untuk dipahami maka peneliti menjelaskan tabel diatas sebagai berikut:

a. Strategi SO

strategi ini menggunakan kekuatan internal organisasi untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar organisasi. Pada umumnya organisasi berusaha menggunakan strategi-strategi WO, ST, atau WT untuk menerapkan strategi SO. Oleh karena itu, jika organisasi mengatasi kelemahan, mau tidak mau organisasi harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan, jika organisasi menghadapi banyak ancaman, organisasi harus banyak berusaha menghindarinya dan berusaha pada peluang-peluang yang ada. Dengan demikian, organisasi memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

c. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.

d. Strategi WT

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu organisasi yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi berbahaya. Ia harus berjuang untuk tetap bertahan dengan melakukan strategi-strategi.

Ada delapan tahapan bagaimana penentuan strategi dibagun melalui matrik SWOT, tahapan tersebut adalah:

1) Buat daftar peluang kunci eksternal perusahaan

2) Buat daftar ancaman kunci eksternal perusahaan

3) Buat daftar kekuatan kunci internal perusahaan

4) Buat daftar kelemahan kunci eksternal perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.

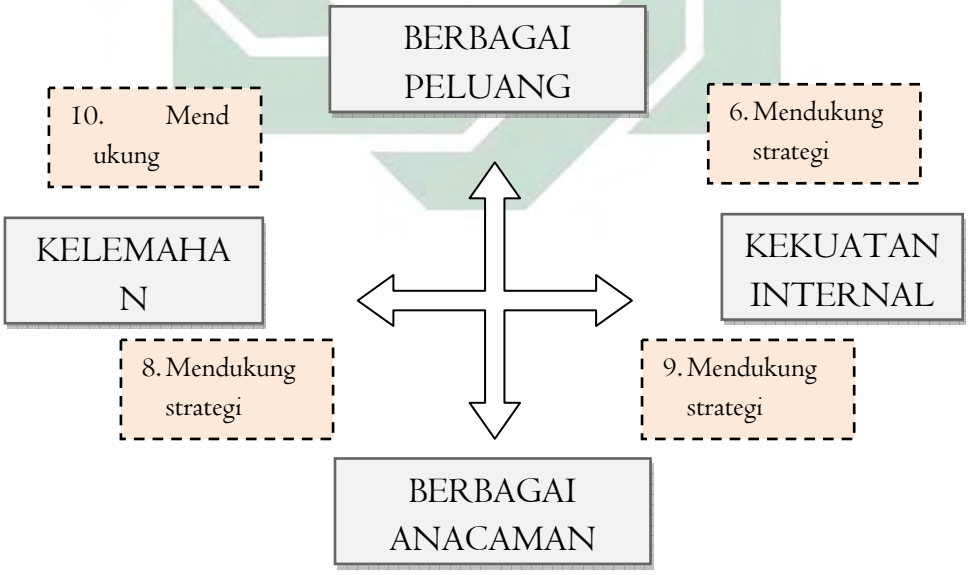
6) Cocokan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam strategi WO.

7) Cocokan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST

8) Cocokan kelemahan-kelemahan internal, ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam strategi WT.

Gambar. 2.4

Diagram Analisis SWOT [33]



[33] Freddy Rangkuti, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, Hal. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Quention Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merbut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi penijauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

Kuadran 4 : ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

6. Pembahasan tentang *franchise*

1. Pengertian Bisnis Waralaba

Jika kita mendengar istilah *franchise* maka, otomatis yang ada dibenak kita adalah restoran siap saji ala Amerika karena konon istilah *franchise* memang berasal dari negeri Paman Sam tersebut. Akan tetapi, sesungguhnya *franchise* tidak hanya milik restoran ala Amrik saja. Secara spesifik *franchise* atau dalam istilah Indonesianya adalah waralaba tak ubahnya sebuah pola bisnis maupun pola pemasaran yang melibatkan kerjasama dua belah pihak.

Sedangkan pengertian dari waralaba adalah terjemahan bebas dari kata *franchise*. Dimana menurut peraturan Pemerintah RI nomor 16 tahun 1997 tanggal 13 Juni 1997, pengertian waralaba (*franchising*) adalah suatu bentuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kerjasama dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan izin kepada penerima waralaba (*franchisee*). Untuk menggunakan hak intelektualnya, seperti nama, merek dagang produk dan jasa dan sistem operasi usahanya.[34]

Kata *franchise* berasal dari bahasa Perancis (*franchise*) yang berarti bebas dari kungkungan atau belenggu (*free from servitude*). Menurut Prof. Dr. Winardi, SE, *franchise* berarti hak istimewa dari pemerintah untuk sebuah badan usaha.[35]

Hisrich Peters memberikan definisi *franchising maybe defined as "an arrangement where by the menu facturer or sale distributor of a trademarked product or service gives exclusive rights of local distribution to independent retailers in return for their payment of royalties and conformance to standardized operating procedures.* (artinya: *franchising* didefinisikan sebagai pelimpahan dari pabrikan atau distributor suatu produk atau jasa yang diberikan kepada agen-agen lokal atau pengecer dengan membayar sejumlah royalti).[36]

Menurut Karamoy adapun kata waralaba berasal dari wara yang berarti lebih istimewa dan laba berarti untung. Jadi, kata waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa.[37]

---

[34] Sarosa, Pietra, RFA, 2006, *Mewaralabakan Usaha Anda Panduan Praktis dan Komprehensif Mengembangkan Usaha dengan Sistem Waralaba*, Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 2.
[35] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, hlm. 43
[36] Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, hlm. 143.
[37] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba* , hlm. 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa pengertian di atas dapat disederhanakan bahwa bisnis waralaba melibatkan dua belah pihak menurut Peraturan Pemerintah RI nomor 16 tahun 1997 yaitu:

a. Pewaralaba (*franchisor*).

Pemberi waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimilikinya.

b. Terwaralaba (*franchisee*).

Penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

Waralaba lebih menguntungkan dari pada bisnis tradisional maka dari itu terus berkembang dari tahun ke tahun. Waralaba merupakan salah satu format bisnis yang digemari karena risiko kegagalan yang lebih kecil ketimbang mendirikan sebuah bisnis baru terutama bagi pebisnis pemula.

Ada dua jenis waralaba yang biasa dijalankan oleh pebisnis Tanah Air. Pertama, waralaba format bisnis, *franchisor* memberikan hak (lisensi) kepada *franchisee* untuk menjual produk/jasa menggunakan merek, identitas dari system yang dimiliki *franchisor*. Jenis yang terbanyak digunakan oleh pebisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di Indonesia ini menawarkan sistem yang komplit dan komprehenship tentang tata cara menjalankan bisnis. Termasuk di dalamnya pelatihan dan konsultasi usaha dalam hal pemasaran, penjualan, pengelolaan stok, akunting, personalia, pemeliharaan, pengembangan bisnis.

Berbeda dengan waralaba format bisnis, waralaba jenis kedua yaitu waralaba produk dan merek dagang, merupakan pemberian hak izin dan pengelolaan dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk menjual produk dengan menggunakan merek dagang dalam bentuk keagenan, distributor atau lesensi penjualan. Pada jenis ini *franchisor* membantu *franchisee* memilih lokasi dan menyediakan jasa orang untuk pengambilan keputusan. *Franchisor* membuat operating manual sebagai panduan operasional yang detail bagi *franchisee* tentang bagaimana melakukan fungsi-fungsi operasional dalam menjalankan bisnis, bagian-bagian yang tercantum pada *operating manual* berkaitan dengan operasional, personalia, marketing, keuangan, kehumasan, *customer service*, perawatan dan sebagainya, penyimpangan terhadap manual operasional dapat menyebabkan *franchisee* kehilangan hak waralaba.

Bagi *franchisor*, waralaba merupakan sarana pengembangan bisnis yang tidak memerlukan banyak modal.[38] Karena waralaba merupakan alternatif dalam mengembangkan usaha kecil menengah (UKM) dengan bantuan modal

[38] Mancuso, Joseph & Boroin, Donald., 2006, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, Dolphin Books, Yogyakarta, hlm.,17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari *franchisee* yang juga ikut menanggung resiko dan berdedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan lancar dan ringan. Sedangkan bagi *franchisee*, waralaba adalah cara memiliki bisnis sendiri tanpa resiko,[39] dan *franchisee* dapat merintis bisnis lain tanpa berpusing kepala. Dapat menggunakan nama yang sudah terkenal tanpa harus merintis dari awal, dan juga dapat menumpang iklan. Dan bagi pelanggan, waralaba menawarkan nama produk atau perusahaan yang sudah populer,[40] sehingga jenis dan rasa yang ditawarkan sama dari satu tempat ke tempat lainnya.

Sebagai *franchisor* dan *franchisee* dalam menjalankan waralaba perlu pemahaman diri sendiri, apa yang akan dikerjakan dan apa yang diperoleh. Berikut ini beberapa ketentuan yang perlu diketahui.[41]

a. Jangan berharap cepat kaya

Setiap bisnis bagaikan berjudi, walau waralaba merupakan system pengembangan bisnis yang baik, tetapi tidak punya kepastian baik bagi *framchisor* maupun *franchisee*, perlu kesabaran yang tinggi, keuntungan pasti datang tetapi perlu proses yang panjang.

b. Apakah dapat sukses?

---

[39] Mancuso, Joseph & Boroin, Donald., *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, hlm. 18.
[40] Mancuso, Joseph & Boroin, Donald., *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, hlm 19.
[41] Mancuso, Joseph & Boroin, Donald., *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, hlm 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada banyak pilihan bisnis, tetapi menjalankan *outlet* yang diwaralabakan atau perusahaan waralaba bukan bisnis yang mudah. Sebagai *franchisee* harus tahu cara mengelola *outlet* dari buka sampai tutup, sebagai *franchisor*, harus bekerja keras. Ini merupakan tantangan yang memerlukan stamina dan keteguhan hati.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Apakah waralaba cocok dengan keinginan?

Waralaba pada dasarnya mengikuti program orang lain, maka orang yang berjiwa mandiri biasanya tidak cocok sebagai *franchisee* yang baik. Sebagai *franchisor*, anda harus mendidik, mendukung, dan memberi inspirasi kepada *franchisee*. Jika tidak berjiwa besar maka tidak akan menjadi *franchisor* yang sukses.

d. Bersikap realistis terhadap tujuan dan waktu yang dialokasikan.

Dalam menjalankan usaha pastilah memiliki ambisi dan tujuan baik *franchisor* maupun *franchisee*, tetapi harus realistis terhadap tujuan yang akan dicapai agar tidak gagal di kemudian hari.

e. Faktor penting lainnya adalah status keuangan, dukungan keluarga, keahlian manajemen, dan temperamen.

Waralaba merupakan suatu sistem dalam pemasaran barang dan jasa yang melibatkan dua pihak *franchisor* dan *franchisee*. Sistem ini merupakan suatu kiat untuk memperluas usaha dengan cara menularkan sukses dengan demikian, dalam sistem ini harus terdapat pelaku bisnis yang sukses dan kesuksesan yang diperolehnya tersebut akan disebar luaskan kepada pihak lain.

Manfaat utama dari *franchisor* yang sukses adalah pengurangan resiko dan investasi modal yang diperlukan untuk suatu keperluan internal. Namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

demikian, ia memiliki tanggung jawab tambahan atas bisnisnya yang menuntut banyak usaha. Bagi *franchisee* dapat memiliki suatu sistem yang teruji yang dimiliki oleh *franchisor*, yang dalam banyak hal dilengkapi dengan nama dagang yang sudah diterima khalayak.[42]

Mekanisme kerja dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan. Kesetaraan berarti hubungan kerja antara *franchisor* dan *franchisee* bersifat horisontal, tidak seperti hubungan atasan dan bawahan kalaupun ada hubungan yang bersifat vertikal, semata-mata itu kewajiban *franchisee* dalam mengikuti sistem dan aturan yang ditetapkan *franchisor*. Saling menguntungkan berarti masing-masing pihak menciptakan sinergi untuk mencapai tingkat laba optimal dan dibagi proposional.

Dalam usaha waralaba, bentuk kerjasama dapat ditinjau dari dua aspek yaitu aspek formal dan relasional. Aspek formal landasan yang paling penting adalah perjanjian kerjasama yang dituangkan dalam dokumen tertulis. Sedangkan aspek relasional adalah kerjasama yang bersifat operasional dan tidak menutup kemungkinan juga bersifat hubungan emosional. Dalam hal ini kedua belah pihak sudah harus sepakat untuk melakukan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan tersebut dengan penuh kejujuran dan saling percaya.[43]

---

[42] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, hlm 49.
[43] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, hlm. 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Aspek keuangan yang utama dalam bisnis waralaba adalah sebagai berikut:[44]

a. Biaya waralaba awal (*Up Front fee / Initial Franchise Fee*) atau lazim disebut *fee* saja.

Biaya ini dibebankan kepada *franchisee* untuk semua jasa yang disediakan, termasuk biaya rekruitmen sebesar biaya pendirian yamg dikeluarkan oleh *franchisor* untuk kepentingan *franchisee*. Jumlah dan jangka waktu pembayaran awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik *franchisor* dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan di dalam perjanjian. *Fee* awal diperlukan oleh *franchisor* untuk membantu *franchisee* terdiri dari:

1) Bantuan pra operasi dan awal operasi bisnis waralaba.
2) Pembuatan manual operasi untuk digunakan *franchisee.*
3) Penyelenggaraan pelatihan awal (*initial training*) dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
4) Biaya promosi / periklanan khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*grand opening franchisee*).
5) Seleksi pemilikan / seleksi lokasi.

b. Royalti

[44] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, hlm. 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Karamoy biaya yang ditarik oleh *franchisor* secara rutin diperlukan untuk membiayai pemberian bantuan teknik, manajemen, atau promosi kepada *franchisee* secara berkelanjutan selama kedua belah pihak terikat dalam perjanjian.

Umumnya dalam perjanjian waralaba menyebutkan bahwa *franchisee* membayar sejumlah biaya waralaba (royalti) kepada *franchisor* berdasarkan besarnya penjualan. Isinya antara lain mengenai:

1) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan penjualan kotor (*gross sales*).
2) Tingkat royalti seminimum mungkin terutama ditempat *franchisee* memperoleh hak atas wilayah tertentu tanpa persyaratan tingkat kuota terendah.
3) Pembayaran secara periodik (mingguan, bulanan, dan sebagainya)
4) Waktu pembayaran, misalnya setiap hari kamis, atau berdasarkan penjualan pada minggu sebelumnya, setiap tanggal sepuluh berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya dan sebagainya.

Besarnya *fee* awal dan royalti masing-masing perusahaan yang menganut waralaba memang berbeda-beda, tidak semua jenis *fee* atau royalti disyaratkan oleh *franchisor*. Setiap *franchisor* mempunyai kebijakan sendiri dalam menentukan jenis *fee* atau royalti. Dalam waralaba terdapat perjanjian yang melibatkan kedua belah pihak. Agar perjanjian berjalan mulus, *franchisor* harus menyampaikan semua informasi yang berhubungan erat dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaannya kepada *franchisee*, sehingga *franchisee* dapat mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh apakah akan membuat perjanjian waralaba atau tidak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Keunggulan dan Kelemahan

Dalam melakukan suatu kegiatan usaha pastinya berhadapan dengan dua kata ini yaitu keuntungan dan kerugian, apalagi dalam sistem waralaba ini yang melibatkan dua belah pihak. Sedangkan keuntungan yang jelas bagi *franchisee* adalah resiko yang ditanggung tidak sebesar memulai usaha baru dari awal, keuntungannya antara lain:

a. Produk yang ditawarkan telah memasuki pasaran yang luas dan diterima oleh umum.
b. *Franchisee* tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk memperkenalkan kredibilitas perusahaan induknya.
c. Keahlian manajemen karena pengalaman sudah lama dari *franchisor,* dia dapat memberikan bantuan manajemen kepada *franchisee*. Dapat diberikan pelatihan-pelatihan dalam bidang akunting, manajemen personalia, marketing dan produksi.
d. Kelengkapan modal ini mencakup fasilitas perlengkapan, tata letak, kontrol persediaan dan sebagainya.
e. Pengetahuan tentang pasar, karena pengetahuan tentang pasar sudah begitu tinggi maka dengan mudah dilakukan perencanaan secara detail untuk menghadapi pasar lokal. Hal ini sangat penting karena pasar regional atau pasar lokal ada kesamaan dan juga ada perbedaan. Masalah persaingan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media promosi, selera masyarakat perlu diperhatikan, untuk mengatasi hal ini maka *franchisor* dapat memberikan nasihat dan bantuan untuk memecahkan masalah yang dijumpai.

f. Pengawasan. Satu hal yang dihadapi oleh wirausaha pada permulaan berbisnis adalah menjaga kualitas produk dan layanan. *Franchisor* akan memberikan nasihat-nasihat dalam bidang pengawasan ini.[45]

Menurut Anang Sukandar, Ketua Umum Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) agar keuntungan tidak berubah menjadi kerugian maka yang perlu diperhatikan adalah:

a. Menjaga mutu secara konsisten, penampilan bersih, rapi, menyenangkan dan bergengsi.
b. Memiliki konsep bisnis yang jelas, berpengalaman dalam mengatasi berbagai persoalan yang muncul dan telah terbukti keberhasilannya.
c. Bisnis mempunyai keunikan tersendiri sehingga tidak dimiliki pesaingnya.
d. Keunggulan itu telah dibakukan secara tertulis, mulai dari pemilihan lokasi, perijinan, analisa bisnis seperti jam operasional, sistem manajemen dan sebagainya.
e. Pemasaran, pelatihan dan pengawasan harus jelas agar mutu tetap terjaga, itu sebagai bukti dukungan pemilik waralaba pada mitra usahanya.

[45] Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, hlm. 144

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Dengan standar operasi yang ada, ilmu bisa diajarkan dan mudah dipelajari orang lain dengan baik dan benar.

g. Potensi pasar yang besar.

h. Keuntungan pasti diperoleh bila bisnis dijalankan dalam kurun waktu yang telah ditetapkan, keuntungan itu bukan sesaat, melainkan jangka panjang.

i. Perjanjian bisnis yang jelas, setara antara pihak yang terlibat, saling menguntungkan dan memiliki dasar hukum yang kuat.

j. Ciri utama bisnis waralaba adalah kesempatan mandiri, dukungan pemasaran, kesempatan menggunakan nama dan jaringan, dan dilandasi perjanjian.[46]

Menurut karamoy keunggulan dari sistem waralaba adalah:[47]

a. Keunggulan bagi pewaralaba

1) Metode perluasan pasar (market expansion). Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan, karena nama citra pewaralaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba.

2) Alternatif sumber dana. Modal untuk memperluas usaha lebih kecil, karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang waralaba.

[46] Zainal Abidin, 2005, *klinik bisnis*, http: // republika. co.id/, diakses 27 Maret 2012.
[47] Budi Suseno Darmawan, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, hlm. 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Tingkat laba lebih tinggi yang diperoleh dari *up front fee* dan royalti, peralatan dan suplai bahan baku, konsultasi dan sebagainya.

4) Tingkat kegagalan rendah.

b. Keunggulan bagi terwaralaba

1) Memulai suatu bisnis dengan kepercayaan diri yang tinggi, karena didukung oleh pewaralaba.

2) Menjalankan bisnis secara efisien karena memiliki sistem bisnis yang sudah mapan.

3) Akses pasar dan perbankan terbuka.

4) Tingkat kegagalan rendah.

Setelah mengulas segala keuntungan dari sistem waralaba baik dari pihak *franchisor* maupun *franchisee* maka dalam sistem inipun ada kelemahannya antara lain:[48]

a. Kurangnya pengawasan langsung

Outlet sudah bukan milik *franchisor*, meskipun namanya terpasang, outlet itu milik *franchisee*. Sebagai pemilik perusahaan dapat memecat karyawan tetapi sebagai *franchisor* tidak dapat memecat *franchisee* seenaknya karena menyangkut hubngan kerjasama kedua belah pihak.

b. Kinerja *franchisee* jelek. Ada dua penyebab kinerja *franchisee* jelek yaitu:

[48] Mancuso, Joseph & Boroin, Donald., 2006, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, Dolphin Books, Yogyakarta, hlm. 65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Franchisee* tidak diberi pelatihan dengan baik atau tidak kompeten saat menghadapi masalah tertentu.

2) *Franchisor* egois dan menganggap tidak ada yang sekaliber.

c. Sulit mencari *franchisee* yang memenuhi syarat meskipun banyak *franchisee* potensial, namun peluang menjadi *franchisee* juga banyak.

7. *Franchise* (waralaba) Prespektif Syariah Islam

Pemula yang baru melangkah dalam dunia bisnis, biasanya bingung pada usaha yang akan ia pilih, banyak pilihan mulai dari bisnis makanan hingga *property*, semuanya menggiurkan. Tetapi timbul keraguan untuk melangkah yang akhirnya berujung dengan mundur teratur dari berbisnis.

Seorang pengusaha muslim tentunya mengutamakan kehalalan dalam mengais rizki. Karena ia memandang materi dunia hanya sebagai sarana dalam pengbdian diri kepada Allah semata, ia bukanlah tujuan akhir dalam pencapaian misinya. Pada sub khusus ini penulis ingin memaparkan sedikit mengenai *franchise* atau waralaba dalam syariat Islam.

Dari penjelasan *franchise* yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *franchise* Merupakan sebuah konsep kerjasama yang menguntungkan antara dua pihak dalam mengembangkan usaha masing masing, baik *franchisor* maupun *franchisee*. Hal ini sesuai dengan Firman Allah Taala dalam konsep Ta'awun dan syirkah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Firman Allah SWT :" QS. Al Maidah : 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

"*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".*[49]

Diperkuat lagi Dalam Surat Shaad, Allah Taala berfirman :

وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلا
الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا
فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

"*Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini".*[50]

Rasulullah juga menerangkan sisi positif dari bersyarikat ini yaitu dalam hadist Qudsi:

[49] al-Qur'an, *Al-Maidah* : 2
[50] al-Qur'an, *Ash-Shaad* : 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari Abu Hurairah radhiallahu 'anhu menuturkan : Bersabda Rasulullah SAW: sesungguhnya Allah SWT berkata: " Aku adalah yang ketiga (penolong) dari dua orang yang bersyarikat, selama salah satunya tidak menghianati kawannya, apabila ia berhianat maka aku keluar dari persyerikatan dua orang itu".[51]

Kemudian menolong sesama merupakan hal yang terpuji, dengnnya akan datang pertolongan Allah, seperti sabda Rasulullah SAW: yang diriwayatkan dari abi hurairoh : *" Allah senantiasa menolong hambanya selama hamba tersebut menolong saudaranya"*http://www.blogger.com/post-create.g?blogID=498291134877987997 - _ftn8.[52]

Dalam Fiqih Islam ada dua hal yang menjadi penilaian pada konsep *Franchise*/ Waralaba, yaitu:

a. Pembelian Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) berupa merek dagang, penemuan dan ciri khas produk atau manejemen usaha sebagai hak paten yang dimiliki *franchisor*. Sedangkan HAKI merupakan benda maknawi yang memiliki nilai jual. Ulama menjelaskan beberapa hal yang berkenaan tentang hak maknawi ini, seperti pada karya ilmiyah, penemuan hasil riset, dan sebagainya. Merupakan hal yang boleh dijual dengan catatan, bahwa *franchisee* yang telah menerima lisensi harus mendapatkan pengarahan

[51] HR. Abu Dawud No. 3383
[52] HR. Muslim No. 6793

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

standarisasi mutu produk, agar konsumen tidak dirugikan karena mutu produk yang berbeda.[53]

b. Konsep kerjasama pada waralaba ada kaitannya dengan Syirkatu Uquud, yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih dalam usaha untuk mendapatkan hasil yang dapat dinikmati bersama. Syirkatul uqud atau kerjasama dalam akad perdagangan, memiliki lima jenis yaitu:

1) Terdiri dari Dua atau beberapa pihak yang berserikat dalam modal dan tenaga, ini disebut Syrikatul 'Inan.
2) Berserikat dalam sebuah transaksi dimana salah satu pihak dengan harta atau modal dan pihak lain dengan tenaga, inilah yang disebut Mudharabah.
3) Berserikat dalam sebuah transaksi dimana semua pihak tidak memilik modal tapi mereka bisa mengadakan barang dengan modal kepercayaan, kedudukan dan semisalnya, ini disebut Syrikatul Wujuh.
4) Berserikat dalam usaha dengan badan atau tenaga mereka dalam sebuah bisnis dan mereka berbagi dari keuntungan yang di dapat, ini disebut Syrikatul Abdan.
5) Syirkah yang tergabung dalamnya empat jenis serikat di atas, ini disebut Syrikatul Mufawadhah.

[53] lihat keputusan Majlis Majma' Al Fiqh Al Islamy pada muktamar yang kelima dikuwait tahun, 1409H/1988M dinukil dari kitab Al Iqtishaad Al Islamy wal Qadhaaya Al Fiqh Al Muashiroh, Prof.DR. Ali Ahmad As Salusy, hlm. 748-749.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka dalam konsep *franchise* memiliki salah satu konsep dari syirkah, yang mana *franchisee* mengeluarkan modal untuk operasional usahanya, sedangkan *franchisor* memberikan hak patennya berupa hasil dari penelitian dan suplay barang atau produk yang yang diwaralabakan. Maka keadaan ini dapat dikategorikan syirkatul Inan.[54] Dikarenakan keduanya mengeluarkan modal dan tenaga, akan tetapi bila jenis waralaba hanya berupa pemberian merek dagang atau lisensi, pelatihan Standar mutu produk dan manejemen oprasional, adapun biayanya murni ditanggung *franchisee* maka ini bisa disebut Mudhorobah, karena *franchisor* akan menerima *royalty* dari tenaganya atau biasa disebut HAKI (Hak Kekayaan Intelektual).

[54] lihat pengertian Syirkatul Inan dlm kitab Al Mulakhos Al fiqhy jilid 2, hlm. 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sesuai dengan judul, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Pengertian dari penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut, dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.[55] Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif, metode ini digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, *kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden dan *ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.[56]

---

[55] Lexi J. Moleong, 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* , PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, hlm.4-5

[56] Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* , hlm. 9-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case studi). Menurut Nana Syaodih S bahwa studi kasus merupakan suatu penelitian yang dilakukan terhadap suatu kesatuan sistem. Kesatuan ini dapat berupa program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang terikat oleh tempat, waktu atau ikatan tertentu.[57] Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba[58] mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut:

a. Studi kasus merupakan sarana utama menyajikan pandangan subjek yang diteliti.
b. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
c. Studi kasus merupakan sarana yang efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
d. Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual tetapi juga keterpercayaan.
e. Studi kasus memberikan "uraian" tebal yang diperlukan bagi penilaian atas transferbilitas.

[57] Nana Syaodih S, 2005, *Metode Penelitian Pendidikan*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, hlm. 64.
[58] Deddy Mulyana, 2004, *Metode penelitian kualitatif paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu social lainnya*, PT. ROSDAKARYA, Bandung, hlm. 201.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Sama seperti jenis penelitian kualitatif lainnya, setiap analisis kasus didasarkan wawancara, pengamatan, data dokumenter, kesan pernyataan mengenai kasus yang diteliti tersebut.

B. Lokasi Penelitiaan

Lokasi penelitian ini di Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya yang beralamatkan Jemur Wonosari lebar Jl. A. Yani Surabaya, Telp. 0858 5240 3546. Obyek tersebut dipilih dikarenakan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya yang dapat bertahan dan terus berkembang dibidang *franchise* kuliner makanan khas Jawa Timur yang dirintis dari tahun 1997. Melihat dengan banyaknya pesaing dan perkembangan zaman dalam mempertahankannya pastilah banyak tantangan baik dalam internal maupun dieksternal, dan faktor lingkungan adalah faktor penentu keberhasilan atau tidaknya suatu perusahaan atau organisasi, jika mereka mampu menganalisa suatu lingkungan yang ada maka suatu perusahaan atau organisasi itu akan tetap eksis dan dapat bertahan lama. Analisis lingkungan disini bisa disebut dengan analisis SWOT, oleh karena itu Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya pastilah sudah mempertahankan faktor-faktor lingkungan yang ada sehingga mereka mampu bertahan sampai saat ini.

C. Jenis dan Sumber Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis data yang digunakan dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya, diamati atau dicatat untuk pertama kalinya. Pengumpulan data primer ini dapat dilakukan dengan cara diantaranya melalui metode observasi, wawancara, dan survei-survei.[59]

Adapun data primer yang digunakan oleh peneliti adalah untuk menghimpun data tentang :

a. Faktor Kekuatan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

b. Faktor Kelemahan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

c. Faktor Peluang Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

d. Faktor Ancaman Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

Sedangkan sumber data dalam penelitian ini dapat diperoleh, penulis mencari sumber data dari :

a. Pemilik, manajer cabang, serta para pegawai untuk menggali beberapa data dengan SWOT *Analysis* yang ada di Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

b. Buku literatur dan dokumentasi yang ada hubungannya dengan rumusan masalah

[59] Marzuki, 1995, *Metodelogi Riset*, BPFE, Yogyakarta, Hal. 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tahap-Tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan proses pelaksanaan penelitian mulai dari penelitian terdahulu, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, sampai pada penulisan laporan. Adapun tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan adalah :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Tahap Pra-Lapangan

a. Menyusun rancangan penelitian

Tahap pra-lapangan yang dilakukan pertama kali adalah menyusun rancangan penelitian. Rancangan penelitian yang dimaksud adalah penyusunan proposal penelitian yang terdiri dari judul penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan sistematika pembahasan.

b. Memilih lapangan penelitian

Dalam memilih lapangan penelitian, yang dilakukan peneliti adalah sebelum membuat usulan pengajuan judul penelitian. Peneliti terlebih dahulu menggali data atau informasi tentang obyek yang akan diteliti.

c. Mengurus perizinan

Dalam hal ini sebelum melakuakan penelitian, peneliti terlebih dahulu meminta surat izin penelitian pada Dekan Fakultas Dakwah untuk diserahkan kepada pimpinan unit usaha yang akan diteliti.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal tersebut, sebelum mengambil permasalahan dalam penelitian peneliti terlebih dahulu melakukan penelitian lapangan terhadap obyek yang akan dijadikan permasalahan dalam penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Orang yang akan dijadikan informan pada penelitian disini adalah Manajer Cabang Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian, berupa surat penelitian yang dilengkapi proposal penelitian serta alat-alat tulis dan peralatan lain yang mendukung peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dari obyek yang akan diteliti.

g. Menjaga etika penelitian

Persoalan etika akan timbul apabila peneliti tidak menghormati, tidak mematuhi, dan tidak mengindahkan nilai-nilai yang terdapat pada obyek penelitian. Peneliti menghindari hal tersebut karena jika hal itu terjadi maka akan timbul konflik sehingga akan menyulitkan peneliti mengumpulkan data, dengan adanya etika peneliti diharapkan kerjasama yang menyenangkan antara kedua belah pihak sehingga memudahkan peneliti menggali data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tahap pekerjaan lapangan

Tahap pekerjaan lapangan adalah tahap ketika berada dilapangan, dimana pada tahap ini dibagi atas tiga bagian, yaitu memahami latar penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan, dan berperan serta dalam pengumpulan data.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode Wawancara (Interview)

Metode wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan dan yang terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[60] Dalam proses ini, hasil ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara.

Metode wawancara yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara semi terstruktur. Adapun metode wawancara semi tersetruktur adalah metode wawancara yang daftar pertanyaannya bisa berkembang sesuai dengan kebutuhan dan tidak harus selalu sama

[60] Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Hal.166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertanyaannya kepada setiap informan. Dengan menggunakan wawancara atau *interview* ini, peneliti mendapatkan data tentang :

1. Latar belakang berdirinya Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
2. Sejarah berdirinya Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
3. Visi dan misi unit usaha Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
4. Faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

b. Metode Observasi

Menurut Sutrisno Hadi Metode observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.[61] Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis. Gejala yang diteliti dari observasi dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalahnya.

Dengan menggunakan pengamatan (observasi) ini, peneliti mendapatkan data tentang :

1. Lokasi Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

[61] Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, Hal. 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Fasilitas yang dimiliki Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

3. Berbagai pengamatan lainnya yang berfungsi sebagai penyempurnaan hasil penelitian ini.

c. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diambil melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan metode dokumentasi adalah biayanya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien. Sedangkan kelemahannya adalah data yang diambil dari dokumentasi cenderung sudah lama, dan kalau ada yang salah cetak, maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya.[62] Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap belum berubah. Dokumen yang diteliti tidak hanya dokumen resmi, dokumen dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan dan dokumen lainnya. Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip buku, surat kabar, majalah prasati, notulen, rapat, agenda dan sebagainya.[63]

Dari hasil dokumentasi yang diperoleh, peneliti mendapatkan data tentang:

[62] Husaini Usman, Dkk, 1996, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi aksara, Jakarta, hal.73.
[63] Suharsini Arikunto, 1992, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Yogyakarta, hal. 200.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Visi dan misi Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
2. Struktur Organisasi Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
3. Daftar Outlet yang dimiliki oleh Soto ABas
4. Menu-menu yang disajikan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya
5. Sarana dan prasarana Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel. 3.1

Teknik Pengumpulan Data

No	Obyek / Data	TPD
1.	Sejarah dan Latar belakang berdirinya Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	W + D
2.	Visi dan Misi serta Tujuan Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	W
3.	Faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	W + O
4.	Lokasi Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	O
5.	Fasilitas / sarana dan prasarana Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	O + D
6.	Dafatar produk dan kegiatan promosi Resto *Franchise* Soto ABas Cabang Jemur Wonosari Surabaya	D

Keterangan :

TPD : Teknik Pengumpulan Data O : Observasi / Pengamatan

W : Wawancara D : Dokumentasi

F. Teknis Validitas Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk memeriksa keabsahan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Teknik yang digunakan adalah tringgulasi yang artinya pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagian pembandingan terhadap data itu.[64] Maksud dari tringgulasi di sini adalah data wawancara diperiksa dalam keabsahan data, kemudian dibandingkan dengan hasil pengumpulan data yang lain, seperti observasi dokumentasi. Langkah yang ditempuh dalam tahap tringgulasi ini peneliti melakukan pengecekan tentang hasil dari pengamatan wawancara, maupun hasil data yang diperoleh dengan cara lain (observasi dan dokumentasi).

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menguraikan atau memecahakan sesuatu keseluruhan menjadi bagian-bagian atau komponen-komponen yang lebih kecil agar dapat :

1. Mengetahui komponen yang menonjol atau memiliki nilai ekstern
2. Membandingkan antara komponen yang satu dengan komponen yang lainnya
3. Membandingkan salah satu atau beberapa komponen dengan keseluruan.[65]

---

[64] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hal. 178.
[65] M. Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-pokok materi Metodelogi Penelitian dan Aplikasinya*, cet 1, Ghalia Indonesia, Jakarta, hal. 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan dari analisis data ini diantara lain adalah :

a. Data dapat diberi arti makna yang berguna dalam memecahkan masalah-masalah penelitian.
b. Memperlihatkan hubungan-hubungan antar fenomena dalam penelitian.
c. Untuk memberikan jawaban terhadap masalah yang diajukan dalam penelitian.
d. Bahan-bahan untuk membuat jawaban serta implikasi-implikasi dan saran-saran yang berguna kebijakan penelitian selanjutnya.

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah teknik analisis data domain yang digunakan untuk menganalisis gambaran obyek penelitian secara umum atau ditingkat permukaan, namun relatif untuk tentang obyek penelitian tersebut. Teknis analisis domain ini amat terkenal sebagai teknik yang sering dipakai dalam penelitian yang bertujuan eksplorasi. Artinya, analisis ini hanya ditargetkan untuk memperoleh gambar seutuhnya dari obyek yang diteliti, tanpa harus diperincikan secara detail mengenai unsur-unsur yang ada dalam keutuhan obyek penelitian tersebut.[66]

Analisis data merupakan pengorganisasian dalam kepengurusan data dari uraian dasar hingga dapat ditemukan tema yang diinginkan, kemudian dari hasil pengolahan data tersebut bersifat non hipotesis. Proses data ini dimulai

[66] Burhan Bungin, 2003, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, PT, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi yang pernah ditulis dalam catatan lapangan.[67]

[67] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hal. 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah berdirinya Soto ABas [68]

Mengenal Soto ABas tak lepas dari pemilik yang bernama lengkap H. Mochammad cholis, dengan latar belakang seorang santri. sejak kecil tidak pernah terlintas sedikitpun keinginannya menjadi seorang pengusaha. Ia hanya berfikir untuk mengabdi dan berbakti kepada sang guru dipesantren. Pedoman terakhir yang beliau ingat ketika meninggalkan pesantren adalah untuk tetap bisa beribadah dan tidak melupakan anak yatim. buat beliau ini merupakan saran yang sangat berharga.

Setelah lulus dari sekolah menengah beliau melanjutkan jenjang perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah di Kota Gresik. Pendidikannya pada waktu itu tidak berjalan semestinya. Faktor ekonomi sehingga membuat ia harus hijrah ketempat yang lebih menjanjikan. Untuk pertama kalinya ia menginjak Kota Besar Surabaya, dengan harapan pertama adalah mencari kerja dan merubah nasib. Namun yang ada pada waktu itu ia hanya menjadi ta'mir masjid Pucang Surabaya yang sekaligus merupakan tempat tinggalnya.

[68] Wawancara, Profil Soto ABas, dengan M. Cholis, 1 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam kesehariannya pekerjaannnya adalah merawat masjid dan berdakwah. Disamping fokus pada dakwahnya, keinginan untuk berwirausaha mulai terlintas. Ia selalu mengingat pesan dari sang guru

> "bahwa dakwah tidak hanya sekedar bil lisan jika kamu ingin berwirausaha maka jadikan bisnismu sebagai media dakwah". (1 juli 2012, pkl. 18.30 WIB)[69]

Orang tua beliau adalah seorang petani, maka jelas M. Cholis bukan keturunan seorang pengusaha. Berawal dari keterpurukan ini mampu menggerakan hatinya agar bisa bangkit dari permasalahan keluarga. Hal ini meneguhkan ia agar bisa hidup mandiri dan bisa membiayai keluarga. Ia rela bekerja asalkan adik dan kakaknya bisa terus melanjutkan pendidikannya.

Di Surabaya dia menjumpai pamannya. Melihat pada saat itu dari sekian banyak saudara dan tetangga di Lamongan sukses dengan usaha soto di Surabaya, termasuk Soto milik pamannya yang saat ini juga berkembang pesat, yakni Soto H. Subakhir.

Modal awal yang ia gunakan pada waktu itu sekitar Rp. 1 juta tahun 1997, untuk gerobak soto dan peralatan yang dibutuhkan. Maka jadilah gerobak soto milik M. Cholis. Untuk pertama kalinya ia mendorong keliling daerah sekitar ia tinggal. Dalam prinsip *chas flow* untuk pedagang kecil dianggap memang sangatlah susah. Seorang pedagang disini mau tidak mau dagangan hari ini harus habis. Jika dagangan hari ini tidak habis maka ia tidak bisa lagi membeli kebutuhan hari esok.

[69] Wawancara, Profil Soto ABas, dengan M. Cholis, 1 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

M. Cholis adalah anak yang sangat suka belajar. Ia selalu mengamati sekelilingnya dan dapatlah tempat yang meski awalnya sebagai PKL yang tiap suatu saat pasti akan digusur. Sangat berbeda jika harus dibandingkan berkeliling kampung berpanas-panasan, hujan kehujanan baginya menetap adalah pilihan yang tepat. Menjadi PKL tidak lama, bagaimana tidak berdagang sudah tak aman tiap kali Satpol PP harus memindahkannya, hingga dipindakan ketempat binaan pemerintah. Tempatnya aman dan nyaman, masih didaerah pucang tepat didepan Pos Pucang Surabaya, dari situlah dia berfikir untuk berkembang lagi.

Ia mengenal *brand* ketika mulai kembali kebangku perkuliahan pada tahun 1999. Dianggap pendidikan itu penting baginya karena dalam prinsipnya saya harus pintar, apa lagi bagi seorang mahasiswa tidak peduli apa jurusannya dan dimana ia kuliah. Karena kepintaran seseorang itu berpengaruh dalam setiap proses untuk berkembang. Pada tahun 2000 nama Soto ABas berdiri.

Dalam prosesnya tahap untuk berkembang adalah dengan *Brand.* Tanpa *Brand* maka usaha pasti akan membutuhkan proses yang lebih lama lagi untuk berkembang. Nama Soto ABas resmi legal formal pada tahun 2008. Lalu apa itu Abas? Diceritakan dulu ia mempunyai beberapa orang mentor. dari beberapa mentornya semua sukses dibidang usaha dan kebanyakan dari mereka memberi nama perusahaannya dengan nama putra mereka. Salah satunya PT. Dimas Jaya yang hingga saat ini memiliki kurang lebih 20.000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan. Baba Rafi yang tidak lain Bos dari temennya. Mereka memakai nama putranya. Dari situlah ia mengambil inisiatif untuk memberi nama usahanya. Berhubungan pada saat itu ia Masih belum berkeluarga maka ia memberikan nama singkatan dari ayahnya, yakni Bashori Alwi, dengan huruf A besar didepan singkatan dari "Anak'e" dalam bahasa Indonesia yakni "putranya Bashori", Bashori yang disingkat "Bas" yaitu Anak'e Bashori (Putranya Bashory). Dengan harapan sebagai do'a dari orang tuanya.

M. Cholis terus menggali ilmu, ia belajar, ia mengamati. Saat itu yang dia lihat adalah KFC, ia berfikir bahwa bisnis makanan tersukses didunia adalah KFC. Tentu timbul cita-cita baru, bagaimana caranya agar bisnis soto yang ia miliki seperti KFC, dengan cara mendekati KFC tentu dengan proses yang panjang. Akhirnya dalam tiga bulan terakhir ini ia bisa *menghayer* salah satu manajer KFC yang sekarang menjadi *General Managernya*, diterangkan dalam ilmunya,

> "Jika kamu ingin jadi Super Star maka kamu harus mencari super starnya karena bagaimanapun kita tidak akan bisa menguasai semuanya, tidak ada yang sempurna didunia ini kecuali Allah SWT." (1 juli 2012, pkl. 18.30 WIB)[70]

Dalam bisnis makanan saat ini super star dari berbagai makanan dipenjuru dunia adalah KFC bahkan yang terbaik, KFC jauh lebih berkembang dari para pesaingannya. Penerapan pola manajerial yang baik, tampilan nuansa yang menarik, memiliki tempat yang nyaman dan bersih, dari

[70] Wawancara, Profil Soto ABas, dengan M. Cholis, 1 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambaran itulah keinginan Soto ABas bisa seperti KFC adalah tujuan pertama dalam proses berkembang. Maka kita sendiri mungkin yang pernah mampir dioutlet Soto ABas maka kita akan disuguhkan dengan hiasan dinding ala KFC, dengan gambar-gambar menu yang bisa mengelabui mata dan tempat yang bersi dan nyaman.

2. Letak Geografis [71]

Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya adalah salah satu usaha yang menggunakan sistem franchise atau waralaba. Outlet ini terletak di Jl. Jemur Wonosari pabrik kulit Surabaya.

Adapun batas-batas letak lokasi Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya adalah sebagai berikut :

a) Sebelah Utara : Rumah Penduduk
b) Sebelah Selatan : Masjid Annur Jemur Wonosari
c) Sebelah Timur : Jalan Jemur Wonosari
d) Sebelah Barat : Rumah Penduduk

3. Visi-Misi Soto ABas [72]

Visi :

" Perusahaan Makanan Terbaik di Dunia anda " (The Best Food Company In Your World)

[71] Observasi, pada Tanggal, 8 Juli 2012
[72] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

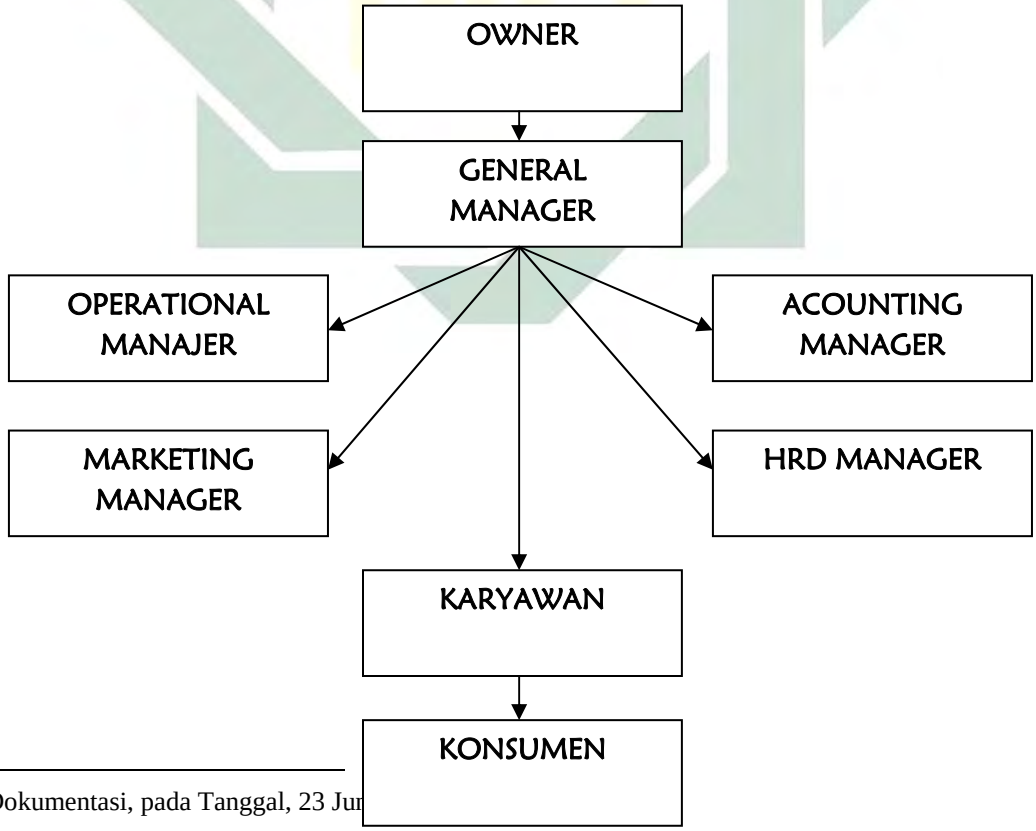
Misi :

1. Menjadi perusahaan makanan yang melayani semua lapisan masyarakat 24 Jam
2. Membentuk sumber daya manusia yang religius dan berkompeten dibidangnya
3. Mendorong iklim investasi dan pemberdayaan ekonomi umat

4. Struktur Organisasi [73]

Gambar. 4.2

STRUKTUR ORGANISASI



[73] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Jun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Sarana dan Prasarana [74]

Tabel. 4.3

Tabel Sarana dan Prasarana

NO	NAMA BARANG	JUMLAH	KETERANGAN
1	Bangunan 1 petak	1 unit	Baik
2	kursi	35 buah	Baik
2	Meja	6 buah	Baik
3	Alat kasir	1 buah	Baik
4	Televisi	1 buah	Kurang baik
5	Kulkas	1 buah	baik
6	Kipas angin	4 buah	Baik

B. Penyajian Data

Analisis lingkungan internal dan eksternal

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi didapatkan bahwah faktor-faktor yang menjadi keunggulan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

[74] Observasi, pada Tanggal, 8 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel. 4.3
Analisis Faktor Internal

FAKTOR ANALISIS INTERNAL	
KEKUATAN	**KELEMAHAN**
Brand yang dimiliki Soto ABas	Penyajian produk dari karyawan yang kadang tidak sesuai dengan SOP
Sistem manajerial yang baik	Harga bahan baku yang tidak menentu
Kualitas produk *fress food*	fisik karyawan yang menurun terutama pada shift malam
Kepercayaan para Mitra	

Dari tabel diatas dapat kami jelaskan dari hasil penelitian dilapangan. Baik dari wawancara langsung dengan pemilik dan manajer yang bertanggung jawab, serta observasi dan dokumentasi dilapangan.

1. Yang merupakan faktor kekuatan internal Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya diantaranya:

   a. Brand yang dimiliki Soto ABas

   Jelas dalam percakapan saya dilapangan, bahwa diakuinya kekuatan terbesar yang dimiliki Soto ABas saat ini adalah *Brand* dari Soto ABas itu sendiri. Alasan kenapa Soto ABas :[75]

   1) Inovasi penyajian masakan asli Indonesia dengan mengedepankan kebebasan para konsumen dalam menikmati

[75] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hidangan. Cita rasa masakan jenis Soto sangat mudah diadaptasi oleh berbagai lapisan masyarakat Indonesia.

2) *Quality Assurance* untuk keseragaman cita rasa dan pelayanan untuk setiap *outlet* Soto ABas, serta penyajian yang mengedepankan makanan sehat dan lezat dengan komposisi gizi yang memuaskan.
3) Pangsa pasar yang tumbuh terus.
4) Bahan baku relatif mudah didapat sehingga kelangkaan bahan baku jarang terjadi.
5) *Start Up Cost* relatif terjangkau dibandingkan dengan usaha rumah makanan sejenis.
6) Proyeksi *Break Event Point* dalam Investasi cepat satu sampai dua Tahun.
7) *Royalty Fee* relatif kecil yaitu 10 % dari omset.

b. Sistem manajerial yang baik

Kembali disebutkan dalam wawancara saya dengan M. Cholis, angka nominal *brand* yang membuat banyak orang merinding tidak hanya sekedar ceplosan menjual nama. Kualitas terbaik akan dijanjikan dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sistem manajerial kepada para mitra. Diantaranya beberapa fasilitas yang diberikan kepada para mitra Soto ABas adalah:[76]

1) Sistem manajemen terpadu.
2) *Training* karyawan.
3) *Monitoring* dalam *Quality Assurance* dan asistensi dalam setiap masalah dilapangan.
4) *Manual Book* (*Employee, finansial, Guidance System*).
5) *Finansial software.*

Untuk evisiensi waktu dalam penyajian dan serta dalam menjaga kebersihan makanan, Soto disajikan secara terpisah. Soto ABas memberikan sentuhan baru dalam bisnis makan asli Indonesia Khususnya Soto dari konsep Konvensional menjadi *post modern*. Dengan kenyataan, bahwa sebagian besar bisnis kecil menengah dalam bidang makanan di Indonesia kurang menyadari pentingnya kualitas dalam berbagai hal. Sehingga Soto ABas memiliki cita-cita besar sebagai pendobrak peningkatan kualitas dan variasi penyajian untuk masakan local Indonesia.

Apabila seorang pelanggan menikmati satu porsi soto, biasanya yang terjadi adalah dalam satu mangkok sudah tercampur antara

[76] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komposisi soto dan nasi serta proses menunggu yang cukup memakan waktu. Sedangkan Soto ABas memberikan gebrakan baru dengan prinsip "Yang Dipisah Bisa Dicampur, Tapi Yang Dicampur Tak Bisa Dipisah"

Adapun Strategi promosi yang baik ala Soto ABas, yang kami dapat dari wawancara dengan M. Cholis

> "Jika kamu ingin jadi Super Star maka kamu harus mencari super starnya karena bagaimanapun kita tidak akan bisa menguasai semuanya." (30 juni 2012, pkl. 18.30 WIB)[77]

Dalam proses perkembangannya, Soto ABas milik M. Cholis ini sepenuhnya ia percayakan kepada Bpk. Irawan. Salah satu orang terbaik yang dimiliki KFC Surabaya, yang saat ini juga sebagai *General Manager* Soto ABas. Sepenuhnya ia percayakan untuk ikut dalam setiap langka dan strategi yang ditawarkan sang manajer.

Kami mencatat beberapa strategi promosi yang baik dan jitu ketika dilapangan diantaranya :[78]

1) Makan Soto dapat Hp.

2) Program peduli anak yatim, bagi setiap pelanggan Soto ABas. Baik itu berupa santunan, beasiswa, makan geratis bagi anak yatim.

[77] Wawancara, dengan M. Cholis, 30 Juni 2012
[78] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Percakapan yang menarik ketika saya berbincang langsung dengannya, beberapa hal mengenai segmentasi harga. Satu contoh, kembali ke KFC. Jika anda mau masuk kegerai KFC penawaran harga yang anda lihat pertama kali masuk adalah menu makanan dengan harga murah Rp. 5.000. Lalu ketika anda masuk, harga yang terpajang besar didepan itu tidak akan ada, bisa dibilang ada tapi tersembunyi. yang terlihat besar dan jelas malah menu dengan harga yang mewah. Begitu pula dengan Soto ABas, didepan tertulis besar dan jelas harga Selera Rakyat Rp. 7.000. tetapi ketika anda didalam, menu-menu besar dengan harga Rp. 20.000 full satu poster terpampang didinding-dinding outlet, harga Rp. 10.000 satu poster dua menu. Sedangkan harga rakyat itu tetap tersaji dan ada, akan tetapi tidak tertulis dengan harga.[79]

Maksud dari contoh ini, sebenarnya Soto ABas memberikan atau memperkenalkan menu-menu terbaru. Tetapi mereka tidak menghilangkan menu-menu sebelumnya. Setidaknya Soto ABas menyajikan banyak pilihan menu yang lebih menarik, tentu dengan harga yang lebih tinggi.

Secara ilmu marketing, strategi harga disini hukumnya sah dan tidak bohong. Karena memang pada awalnya penerapan strategi itu adalah agar bagaimana pelanggan itu mau masuk dan ketika mereka

[79] Wawancara, dengan M. Cholis, 30 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masuk gimana caranya kita menarik perhatian agar pelanggan mau memilih menu-menu yang kita tawarkan. salah satunya ya dengangan tempelan-tempelan dinding yang dijelaskan diatas. Terbukti M. Cholis sangat menikmati hasilnya, omset semakin bertambah dan pelanggannyapun merasa puas tanpa ada rasa kecewa apa lagi tertipu.

Selain itu proses transaksi yang dilengkapi dengan struk pembayaran.[80] Hal ini juga merupakan salah satu strategi Soto ABas dalam menangguli kebocoran sistem keuangan sebelumnya. Diketahui ketika awal pertama kali *General Manajer* memeriksa data keuangannya, hampir 50% didapati kebocoran. Dengan adanya struk yang diberlakukan saat ini terbukti dia bisa mengurangi kebocoran yang ada.

Transaksi makan dengan struk pembayaran juga tidak begitu banyak digunakan diwarung makanan pada umumnya. Selain itu, secara psikologis dengan struk pelanggan merasa tidak dibohongi berapa total keseluruhan makanan yang ia pesan.

Pelayanan 24 Jam Non Stop[81] ini juga merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis M. Cholis. Dalam pernyataannya, warung dengan sistem buka tutup memakan banyak waktu. Menjual makanan

[80] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012
[81] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan prinsip siap saji, hal ini sudah pasti mengurangi efisien waktu dan tenaga.

Tidak pada umumnya juga, warung makanan yang bisa melayani pelanggannya sehari-semalam. Bisa jadi diJemur Wonosari, warung ini adalah tujuan trakhir ketika orang merasa lapar dimalam hari.

c. Kepercayaan para mitra

Terbukti dari Tahun 2008 *Brand* Soto ABas menjadi legal resmi, Outlet Soto ABas mendapat respon positif dari para pebisnis diberbagai Kota besar di Indonesia yang sampai saat ini tetap bertahan dan terus bekembang. Berikut data yang kami dapat di lapangan, yakni data outlet yang tersebar hingga 2012 saat ini:

Tabel. 4.4 [82]
Daftar Outlet

DAFTAR OUTLET DAN PROFIL INVESTOR

N0	ALAMAT	PEMILIK	PROFIL
	A. SURABAYA		
1	Perempatan pasar Pucang anom	Owner	-
3	Depan SPBU Kapas krampung	Owner	-
4	Depan kantor POS Pucang rinenggo	Owner	-
5	Jl. Ry Ngagel madya	Bu Edi	Pengusaha
6	Jl. Ry Rungkut madya	Pak Joko	Pengusaha
7	Jl. Ry kutisari selatan	Owner	-

[82] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8	Jl. Ry Kutisari besar	Owner	-
9	Jl. Jemur handayani	Owner	-
10	Jl. Ry Karang pilang no	Pak Ali	Karyawan
11	Jl. Pabrik kulit no: 10	Owner	-
12	Jl. Jemurwonosari lebar no: 10	Owner	-
13	Jl. Ry Bendulmerisi no: 84	Owner	-
14	Jl. Ry Jetis kulon no: 1	Pak Anas	Dosen
15	Jl. Ry Rungkut kidul	Pak Yudha	Arsitek
16	Jl. Ry Siwalankerto	Owner	-
17	Jl. Ry Prapen	Owner	-
18	Jl. Ry Menur pumpungan no: 1	Owner	-
	B. SIDOARJO		
1	Jl. Ry Letjend sutuyo no: 31	Pak Umam	Dosen
2	Jl. Ry Tropodo	Owner	-
3	Jl. Ry Brigjend Katamso	Owner	-
4	Jl. Ry Brigjend Katamso	Pak Hadi	Ustadz
5	Jl. Ry Kolonel Sugiono no: 18	Bu Titin	Pengusaha
6	Depan Perum Alam pesona Krian	Pak Bagus	Karyawan
7	Jl. Ry Taman wage	Pak Samsul	Pengusaha
8	Jl. Ry Ngelom sepanjang	Pak Nuruddin	TNI AL
	C. GRESIK		
1	Jl. Ry Betoyo	KH. Masbukhin	Ustadz
2	Jl. Ry Manyar	Pak Miftah	Pengusaha
3	Jl. Ry Bungah	Owner	-
	D. MALANG		
1	Jl. Ry MT Haryono no: 78	Pak Anas	Dosen
	E. JOGJA		
1	Jl. Ry Patang puluhan no: 30	Pak Cholis	Pengusaha
2	Jl. Ry Patang puluhan	Pak Cholis	Pengusaha
3	Jl. Ry Bantul	Pak Cholis	Pengusaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Kualitas produk *fress food*

Soto ABas adalah *franchise* Soto Ayam Khas Lamongan Jawa Timur yang mengedepankan kualitas rasa. Penyajian daging diiris sesuai takaran yang ditetapkan, satu cup berisikan 20 iris ayam. Kuah memiliki batas waktu kualitas yang baik, satu resep masak hanya untuk 5 Jam dan diganti secara berkala. Selain itu kecepatan dalam penyajian makanan. Sehingga dapat menjadi Ikon dari jenis usaha *food court* yang membawa nuansa tradisional dalam budaya *post modern*. Dengan penjaminan kualitas dan kepuasan dalam hal rasa, pelayanan, dan profit kepada para *stake holder* ataupun secara langsung kepada para pelanggan setia Soto ABas.

Semangat yang dibawa adalah cerminan pemenuhan keberagaman masakan Indonesia dengan harga yang kompetitif. Kesemuanya tercermin dalam slogan Soto ABas, yaitu "RASA RESTORAN HARGA WARUNGAN". [83]

2. Faktor kelemahan internal Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya diantaranya:

[83] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Penyajian produk dari karyawan yang kadang tidak sesuai dengan SOP

Beberapa dari sekian orang terdekat yang juga pernah menikmati hidangan Soto ABas, dari kebanyakan menyatakan rasa Sotonya memang Khas Lamongan dan takarannyapun pas. Tetapi, beberapa dari mereka ada yang kurang menyukai hidangan yang kadang tidak sesuai. Diantaranya kuah yang disajikan kurang panas, sehingga menghilangkan rasa dari Soto itu sendiri.

Menanggapi hal itu diakui M. Cholis kekurangan SDM yang ia miliki itu memang ada. Kekurangan SDM menurutnya dianggap paling wajar dalam setiap berkembangnya sebuah usaha. Komplen pelanggan kadang memang ada, tapi kemungkinan kesalahan karyawan seperti itu sangat sedikit. Dalam tutur pribahasanya "Semakin tinggi pohon itu berdir, maka semakin banyak angin menerpanya". Adanya komplen pelanggan berarti menandakan pelanggan itu sayang kepada Soto ABas. Tentu para karyawan dan manajer yang bertanggung jawab menerima dan menanggapi dengan baik. Karena tetap bagaimanapun kritik dan saran pelanggan berarti bagi perkembangan Soto ABas kedepan.

Tentu ini menjadi titik kelemahan bagi Soto ABas sendiri, jika tidak bisa ditanggapi dan tetap mengulangnya. Diharapkan adanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

temuan ini bisa menjadi bahan pertimbangan dan rujukan untuk kedepan. Meski kesahan dinilai hanya sedikit, tapi yang sedikit bisa menjadi bukit. Bahkan bisa menjadi bomerang bagi perkembangannya.

b. Harga bahan baku yang tidak menentu[84]

Harga bahan baku produksi mempunyai peranan yang segnifikan dalam menjalankan bisnis makanan. Begitu juga dengan bisnis yang dijalankan Soto ABas, yang mempengaruhi harga jual makanan. Maka dari itu salah satu faktor kelemahan yang dimiliki oleh suatu jenis usaha bidang makanan, khususnya kepada Soto ABas.

c. fisik karyawan yang menurun terutama pada sif malam

Bekerja pada jam malam, terkadang menjadikan ketetapan SOP kurang begitu baik. Ada kecenderungan lemahnya SOP pada sif malam adalah karena fisik yang lemah para karyawan. Selain itu suasana kerja yang sepi juga dapat mempengaruhi semangat kerja para karyawan. Akibat dari pada itu SOP juga tidak berjalan dengan baik.

Tabel. 4.5

Analisis Faktor Eksternal

FAKTOR ANALISIS EKSTERNAL	
PELUANG	**ANCAMAN**

[84] Wawancara, dengan M. Cholis, 30 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adanya undang-undang yang melindungi usaha *franchise*	Lahan parkir yang sempit
Lokasi Outlet yang strategis	Adanya rencana pelebaran jalan
Tumbuhnya daya beli masyarakat sehingga mempengarui gaya hidup	Persaingan makanan yang ada disekitar Jemur Wonosari
Persaingan Soto yang tidak begitu banyak	Bertempat diperkampungan, sehingga rentan terjadi gesekan dengan warga sekitar
Satu-satunya Tempat Makan yang buka 24 jam diwilayah Jemur Wonosari Surabaya	
Menu makanan yang bervariatif dengan harga yang relatif terjangkau	

3. Faktor peluang eksternal Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya diantaranya:

   a. Adanya undang-undang yang melindungi usaha *franchise*

   Adanya perlindungan pemerintah dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997. Tentang Usaha Waralaba dan juga sudah memperoleh Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tanggal 29 Maret 2006 Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 serta SITU nomor 503/0659/35.73.314/2008.

   b. Lokasi Outlet yang strategis

   Secara peta besar Soto ABas Jemur Wonosari ini berada dalam lingkup Kampus, Mall, pabrik. Maka sudah pasti *segment* utama mereka adalah para Mahasiswa dan karyawan. Merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu peluang bisnis yang dimiliki Soto ABas dalam memenuhi permintaan konsumen, khususnya bagi pelanggan setia Soto ABas sendiri.

c. Tumbuhnya daya beli masyarakat sehingga mempengarui gaya hidup

Lokasi Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya merupakan salah satu tempat yang prospek dan menjanjikan. Mengingat lingkup masyarakat didaerah itu adalah sebagian besar pendatang. Mahasiswa, karyawan pekerja pabrik, pengusaha kecil dan lain sebagainya. Melihat dari data pembelian yang dimiliki mas Fendy selaku manajer, itu selalu meningkat. Logika orang kini memasak sendiri, terlalu banyak memakan waktu bagi seorang mahasiswa atau karyawan. Melihat aktifitas yang begitu padat membuat daya beli terus meningkat dikalangan mereka.

Makan ditempat yang berkualitas seakan menjadi gengsi bagi kalangan masyarakat saat ini. Bersama keluarga seakan menjadi kesenangan dalam menghabiskan waktu luang maupun liburan dengan wisata kuliner. Begitu pula kalangan remaja atau dewasa saat ini yang identik dengan gengsi makan ditempat yang berkualitas dengan pasangannya. Dengan aneka menu yang beragam, harga yang ditawarkanpun sesuai dengan kantong para remaja ini. Sehingga makan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditempat yang berkualitas seakan menjadi andalan bagi kalangan masyarakat saat ini.

d. Persaingan Soto yang tidak begitu banyak

Diwilayah Jemur Wonosari Surabaya ini, terbilang tidak begitu banyak pesaing yang menjual Soto. Apa lagi dengan *brand* yang lebih terkenal dan bersaing seperti Soto ABas. Sehingga orang yang ingin menikmati Soto pasti langsung tertuju pada Soto ABas.

e. Satu-satunya Tempat Makan yang buka 24 jam diwilayah Jemur Wonosari Surabaya

Rata-rata warung makan atau pedagang makanan yang masih buka dan melayani pelanggannya 24 Jam. Pedagang makan dimalam hari terhitung mungkin hanya beberapa menu makanan diantaranya Nasi Sambel, Nasi Goreng, Tahu Tek yang rata-rata hanya sampai jam 00.00 Wib. Dengan dibukanya satu-satunya warung makanan hingga 24 Jam ini merupakan suatu kebutuhan bagi kalangan masyarakat pendatang di Jemur Wonosari. Dan ini merupakan peluang terbaik yang dimanfaatkan oleh Soto ABas untuk bisa melayani pelanggannya sehari semalam. karenanya sitem buka 24 Jam ini diberlakukan secara keseluruan Outlet Soto ABas pada umumnya.

f. Menu makanan yang bervariatif dengan harga yang relatif terjangkau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam slogan Soto ABas, yaitu “RASA RESTORAN HARGA WARUNGAN”. Soto ABas tetap memberikan Inovasi dalam mengikuti perkembangan zaman. Namun Soto ABas tidak menghilangkan menu andalan yang selama ini dikenal banyak orang. Soto ABas mengenalkan dan menawarkan bahwa dia memiliki menu baru yang dianggap tetap menjadi selera rakyat. Dengan harga rakyat itu sendiri dipastikan tidak bisa menjangkau dari berbagai lapisan.

Tabel. 4.6 [85]
Daftar Varian Menu andalan Soto ABas

MENU BIASA	**SOP (STANDART OPERASIONAL PROSEDURE)**
1. NASI SOTO AYAM	AYAM 20 IRIS, KUAH 1 ERUS.
2. NASI SOTO TELOR	TELOR 1 BUTIR, KUAH 1 ERUS.
3. NASI GORENG AYAM	AYAM 15 IRIS.
4. NASI GORENG TELOR	TELOR 1 BUTIR.
5. BAKSO CEKER	BAKSO 3 CEKER, 2 KUAH, 1 ERUS.
6. SOTO KUAH BUNGKUS	AYAM 20 IRIS, KUAH 3 ERUS.
MENU SPESIAL	**SOP (STANDART OPERASIONAL PROSEDURE)**
1. NASI SOTO JEROHAN (PISAH)	JEROHAN 1 PORSI, KUAH 1 ERUS.
2. NASI SOTO USUS (PISAH)	USUS 1 PORSI, KUAH 1 ERUS.
3. NASI SOTO CEKER (PISAH)	CEKER 4, KUAH 1 ERUS.
4. NASI SOTO KEPALA (PISAH)	KEPALA 2, KUAH 1 ERUS.
5. NASI SOTO BAKSO (PISAH)	BAKSO 5, KUAH 1 ERUS.
6. NASI GORENG JEROHAN	JEROHAN 1 PORSI, DI CAMPUR GORENG.

[85] Dokumentasi, pada Tanggal, 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. NASI GORENG USUS	USUS 1 PORSI,DI CAMPUR GORENG.
8. NASI GORENG CEKER	CEKER 4, DI CAMPUR GORENG.
9. NASI GORENG KEPALA	KEPALA 2, DI CAMPUR GORENG.
10. NASI GORENG BAKSO	BAKSO DI CAMPUR GORENG.
11. SOTO KUAH SPESIAL BUNGKUS	KUAH 3 ERUS.
MENU ISTIMEWA	**SOP (STANDART OPERASIONAL PROSEDURE)**
1. SOTO ISTIMEWA (1) (AYAM, JEROHAN, , USUS)	AYAM 20 IRIS, 1 JEROHAN, USUS 1PORSI, MANGKOK BESAR.
2. SOTO ISTIMEWA (2) (AYAM, CEKER, KEPALA, BAKSO)	AYAM 20 IRIS, CEKER 2, KEPALA 1, BAKSO 2, MANGKOK BESAR.
3. NASI GORENG ISTIMEWA (1) (AYAM, JEROHAN,, USUS)	AYAM 20 IRIS DI CAMPUR GORENG NASI, JEROHAN,USUS 1 PORSI DIGORENG TRUS DITARUH DIMANGKOK KECIL
4. NASI GORENG ISTIMEWA (2) (AYAM, CEKER, KEPALA, BAKSO)	AYAM **20** IRIS DITARUH DIATAS NASI, CEKER **2** KEPALA **2** BAKSO **2** DIGORENG TRUS DITARUH DIMANGKOK KECIL
5. SOTO KUAH ISTIMEWA BUNGKUS	KUAH 3 ERUS

4. Faktor ancaman eksternal Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya diantaranya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Lahan parkir yang sempit[86]

Lahan parkir yang tidak begitu luas didaerah perkampungan dalam kondisi yang padat, kerap kali menimbulkan kemacetan. Selain itu hanya bisa dikunjungi para pejalan kaki dan pengendara motor. Segmen pelanggan kelas menengah keatas yang menggunakan kendaraan mobil, pasti tidak bisa parkir. Alasan karena lahan yang tidak begitu luas dan jalanan yang padat.

b. Adanya rencana pelebaran jalan[87]

Dari pemaparan Mas Fendy, memang belum bisa dipastikan apakah rencana itu benar-benar direalisasikan. Dengan kondisi jalanan dan parkiran outlet yang mepet dan sempit, hal ini tentu menjadikan masa depan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya terancam. Jika sewaktu-waktu rencana itu benar-benar direalisasikan, Soto ABas akan kehilangan pelanggan yang ada di Jemur Wonosari.

c. Persaingan makanan yang ada disekitar Jemur Wonosari

Persaingan makanan Soto di Jemur Wonosari memang tidak begitu berdekatan dan hampir tidak ada. Namun pesaing makanan kuliner seperti Bakso, Nasi Bebek, Nasi Sambel, yang dari beberapa diantaranya

[86] Observasi, 23 Juni 2012
[87] Wawancara, dengan Fendy (Manajer Soto Abas Jemur Wonosari), 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdekatan sudah pasti menjadi pilihan para pembeli dalam menentukan selera makanan.

d. Bertempat diperkampungan, sehingga rentan terjadi gesekan dengan warga sekitar[88]

Ibarat pribahasa "Lebih baik hujan batu di Negeri sendiri, dari pada hujan emas di Negeri orang". Pribahasa ini tepat ditujukan kepada manajer dilapangan. Hasil wawancara yang saya tangkap dengan Mas Fendy, faktor lingkungan memang sudah pasti ada. Diantaranya faktor kecemburuan para penduduk sekitar. Banyak didapati warung-warung makanan yang kurang bersaing dengan Soto ABas, selain itu tuntutan agar warga sekitar bisa ikud mendapatkan pekerjaan dan lain sebagainya.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Menganalisis profil usaha Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya saat ini dengan menggunakan SWOT Analysis
   a. Faktor Internal
      1) Kekuatan
         a) Brand yang dimiliki Soto ABas
         b) Sistem manajerial yang baik
         c) Kepercayaan para mitra

[88] Wawancara, dengan Fendy (Manajer Soto Abas Jemur Wonosari), 23 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Kualitas produk *fress food*

2) Kelemahan

a) Penyajian produk dari karyawan yang kadang tidak sesuai dengan SOP

b) fisik karyawan yang menurun terutama pada shift malam

c) harga bahan baku yang tidak menentu

b. Faktor Eksternal

1) Peluang

a) Adanya undang-undang yang melindungi usaha *franchise*

b) Lokasi Outlet yang strategis

c) Tumbuhnya daya beli masyarakat sehingga mempengarui gaya hidup

d) Persaingan Soto yang tidak begitu banyak

e) Satu-satunya Tempat Makan yang buka 24 jam di Wilayah Jemur Wonosari Surabaya

f) Menu makanan yang bervariatif dengan harga yang relatif terjangkau

2) Ancaman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Lahan parkir yang sempit

b) Adanya rencana pelebaran jalan

c) Persaingan makanan yang ada disekitar Jemur Wonosari

d) Bertempat diperkampungan, sehingga rentan terjadi gesekan dengan warga sekitar

Dari hasil pengumpulan data tersebut maka dapat disusun faktor-faktor analisis Soto ABas Jemur Sari Surabaya dengan matrix SWOT. Matrix ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang meliputi faktor internal yang dihadapi oleh Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya. Berdasarkan pendekatan tersebut, dapat dibuat berbagai kemungkinan alternatif strategi (SO, ST, WO, WT).

Untuk lebih jelasnya analisis SWOT pada Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya akan ditampilkan pada matrix SWOT dibawah ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel. 4.7
Tabel Matrix SWOT

IFAS / EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	a. Brand yang dimiliki Soto ABas b. Sistem manajerial yang baik c. Kepercayaan para mitra d. Kualitas produk *fress food*	a. Penyajian produk dari karyawan yang kadang tidak sesuai dengan SOP b. fisik karyawan yang menurun terutama pada shift malam c. harga bahan baku yang tidak menentu
OPPORTUNITY (O) a. Adanya undang-undang yang melindungi usaha *franchise* b. Lokasi Outlet yang strategis c. Tumbuhnya daya beli masyarakat sehingga mempengarui gaya hidup d. Persaingan Soto yang tidak begitu banyak e. Satu-satunya Tempat Makan yang buka 24 jam di Wilayah Jemur Wonosari Surabaya f. Menu makanan yang bervariatif dengan harga yang relatif terjangkau	**STRATEGI SO** a. Mempertahankan kualitas rasa serta bahan yang dipakai b. Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia c. Memperbanyak aneka varian menu d. Memperluas jaringan dengan bermitra	**STRATEGI WO** a. Meningkatkan promosi yang dilakukan selama ini b. Memiliki agen bahan baku sendiri c. Menyediakan tunjangan serta jaminan kesehatan bagi karyawan
THREATH (T) a. Lahan parkir yang sempit b. Adanya rencana pelebaran jalan c. Persaingan makanan yang ada disekitar Jemur Wonosari d. Bertempat diperkampungan, sehingga rentan terjadi gesekan dengan warga sekitar	**STRATEGI ST** a. Menetapkan strategi harga. b. Mempunyai surat izin dari badan gizi dan pangan c. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan terutama pada jam kerja malam	**STRATEGI WT** a. Meningkatkan strategi bisnis kearah yang lebih baik b. Mempertahankan varian produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya antara lain:

1) Mempertahankan kualitas rasa serta bahan yang dipakai
2) Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia
3) Memperbanyak aneka varian menu
4) Memperluas jaringan dengan bermitra

b. Strategi ST

Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman antara lain:

1) Menetapkan strategi harga.
2) Mempunyai surat izin dari badan gizi dan pangan
3) Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan terutama pada jam kerja malam

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada antara lain:

1) Meningkatkan promosi yang dilakukan selama ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Memiliki agen bahan baku sendiri

3) Menyediakan tunjangan serta jaminan kesehatan bagi karyawan

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman antara lain:

1) Meningkatkan strategi bisnis kearah yang lebih baik

2) Mempertahankan varian produk

Dalam teori yang dikemukakan oleh Jauch & Glueck (1997:12) mengemukakan bahwa *strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi*. Dalam pelaksanaannya Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya sadar sudah melakukan dengan cara yang demikian, yakni dalam menentukan strategi mereka terlebih dahulu selalu mempertimbangkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada disekitarnya, namun dalam pembahasannya peneliti hanya sebatas mengevaluasi saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil riset yang peneliti lakukan di Outlet Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya dengan menggunakan SWOT *Analysis,* dapat peneliti simpulkan. Menemukan faktor-faktor strategi suatu jenis usaha baik meliputi Faktor Internal dan Faktor Eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.

Beberapa kekuatan yang dimiliki Soto ABas Jemur Wonosari Surubaya, yaitu *brand* yang dimiliki Soto ABas saat ini dengan berbagai keunggulan yang sudah dikenal. Jaminan kualitas dengan sistem manajerial yang baik sebagai bukti keseriusan Soto Abas dalam berbisnis dengan para mitranya. Adanya kepercayaan dari para mitra yang sampai saat ini bertahan dan terus berkembang diberbagai Kota besar Indonesia. Mengandalkan aneka varian menu serta kualitas produk *fress food* menjadi pedoman penting dalam mengenalkan rasa dan kualitas. Sedangkan kelemahan yang peneliti dapatkan adalah ada beberapa kemungkinan terkecil yakni penyajian produk dari karyawan yang kadang tidak sesuai dengan SOP, fisik karyawan yang menurun terutama pada shift malam, harga bahan baku yang tidak menentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa peluang yang dimiliki Soto Abas Jemur Wonosai Surabaya, yaitu adanya undang-undang yang melindungi usaha *franchise*, lokasi Outlet yang strategis, tumbuhnya daya beli masyarakat sehingga mempengarui gaya hidup, persaingan Soto yang tidak begitu banyak, satu-satunya Tempat Makan yang buka 24 jam di Wilayah Jemur Wonosari Surabaya, menu makanan yang bervariatif dengan harga yang relatif terjangkau. Sedangkan ancaman yang peneliti dapatkan adalah lahan parkir yang sempit, adanya rencana pelebaran jalan, persaingan makanan yang ada disekitar Jemur Wonosari, bertempat diperkampungan sehingga rentan terjadi gesekan dengan warga sekitar.

B. Saran dan Rekomendasi

Adapun dari hasil riset ini, peneliti memberikan beberapa saran kepada Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya, sebagai berikut:

1. Soto ABas hendaknya memiliki cita rasa yang membedakan dengan Soto pada umumnya.
2. Pelayanan pada konsumen lebih ditingkatkan
3. Pengawasan kinerja karyawan lebih ditingkatkan. Setidaknya untuk untuk menjaga prosedur ketetapan SOP.
4. Menambah lahan parkir

Sedangkan dari hasil riset ini ada beberapa rekomendasi dari peneliti untuk Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya, sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Belum bisa dibedakan mengenai khas cita rasa yang dimiliki Soto ABas saat ini. Soal rasa hampir relatif sama, oleh karena itu perlu adanya cita rasa khas yang bisa menjadi pembeda dari kuliner Soto pada umumnya.
2. Pegunjung lebih menyukai pelayanan yang baik, mulai dari sambutan, mempersilahkan, menawarkan, bertransaksi dan ucapan terimakasih sangat perlu diterpakan. Untuk itu peneliti merekomendasikan Soto ABas agar bisa melakukan pelayanan seperti diatas.
3. Secara manajerial yang peneliti amati, Soto ABas memiliki sistem manajerial yang sangat bagus. Namun dampak atau hasil utama dari sistem itu adalah karyawan dan para pelanggan. Walaupun demikian Soto ABas tetap harus memperhatikan SOP yang ditetapkan. Yaitu diadakannya pengawasan lebih mendalam kepada karyawan agar tetap memperhatikan SOP, terutama pada jam kerja malam.
4. Jasa parkir memang sedikit dianggap tidak begitu penting, melihat kondisi lapangan yang memang terbatas. Namun peran tanggung jawab serta dampak yang dihasilkan Jasa ini sungguh luar biasa. setidaknya para pelanggan bisa menikmati hidangan Soto ABas dengan aman dan nyaman. Untuk lebih menarik perhatian pelanggan, peneliti merekomendasikan agar pihak Outlet Soto ABas mengangkat juru parkir dengan sistem gaji sehingga tidak dipungut biaya parkir (parkir gratis).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya pada tingkat kebenaran mutlak, karena masih banyak kekurangan dan kelemahan pada penelitian ini, adapun kekurangan dan kelamahan dari penelitian ini adalah keterbatasan waktu dan akses wawancara dengan informan yang kurang leluasa karena informan tergolong orang yang sangat sibuk. Hal ini dikarenakan manajer atau penanggung jawab dilapangan sepenuhnya juga ikud bekerja, memasak dan mengatur segala takaran yang harus dijual setiap hari dan juga keuangan Soto ABas Jemur Wonosari Surabaya. Begitu juga dengan informan utama yakni sang pemilik Soto ABas yang juga memiliki jam terbang yang luar biasa. Untuk bisa mengambil waktu sumber informasi dari beliau-beliau ini memang membutuhkan waktu yang tepat dan sesuai. Sedangkan penulis juga mempunyai keterbatasan waktu yang singkat dalam mengerjakan penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Pustaka

Abidin, Z., 2005, *Klinik Bisnis,* diakses tanggal 27 Maret 2012 dari http: // republika. co.id/.

Akdon, 2009, *Manajemen Strategik Untuk Manajemen Pendidikan,* Alfabeta, Bandung.

Alma, B., 2009, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum,* Alfabeta, Bandung.

Arikunto, S., 1992, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Rineka Cipta, Yogyakarta.

Bungin, B., 2003, *Analisis Data Penelitian Kualitatif,* PT, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Darmawan, B.S., 2006, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba,* Pilar media, Yogyakarta.

Hasan, M.I., 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodelogi Penelitian dan Aplikasinya,* cetakan 1, Ghalia Indonesia, Jakarta.

HR. Abu Dawud No. 3383

HR. Muslim No. 6793

Keputusan Majlis Majma' Al Fiqh Al Islamy pada muktamar yang kelima dikuwait tahun, 1409H/1988M dinukil dari kitab Al Iqtishaad Al Islamy wal Qadhaaya Al Fiqh Al Muashiroh, Prof.DR. Ali Ahmad As Salusy. Al Mulakhos Al fiqhy, Dr.Sholeh bin Fauzan Alu Fauzan.

Kusnandi, H., 2000, *Pengantar Manajemen Strategi,* Universitas Brawijaya, Malang.

Hitt, M.A., dkk, 2001, *Manajemen Strategik Daya Saing dan Global Konsep,* Erlangga, Jakarta.

Joseph, M., & Donald, B., 2006, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba,* Dolphin Books, Yogyakarta.

Marzuki, 1995, *Metodelogi Riset,* BPFE, Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mulyana, D., 2004, *Metode penelitian kualitatif paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu social lainnya*, PT. ROSDAKARYA, Bandung
.

Moleong, L.J., 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Purnomo, S.H., dan Zulkiflimansyah, 2007, *Manajemen Strategi* Edisi Revisi, FEUI, Jakarta.

Rangkuti, F., 2001, *ANALISIS SWOT Tekhnik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi* Abad 21, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Reksohdiprodjo, S., 1990, Manajemen Strategik Edisi II, Andi, Yogyakarta.

Robbins, S.P., and Coulter, M,. 1999, *Management, Sixth Edition*, terjemahan T. Hermaya, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Robinson, P., *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*, 1997, Binarupa Aksara, Jakarta.

Sarosa, Pietra, RFA, 2006, *Mewaralabakan Usaha Anda Panduan Praktis dan Komprehensif Mengembangkan Usaha dengan Sistem Waralaba*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

S, Nana, S., 2005, *Metode Penelitian* Pendidikan, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.

Sumarsono, S., 2010, *Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Suryana, Y dan Bayu, K., 2006,*Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta.

Usman, H., Dkk, 1996, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi aksara, Jakarta.

Yusanto, M.I., dkk, 2003, *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah*, Khairul Bayaan, Jakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id