

ANALISIS MODEL BISNIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN *FRANCHISE* WARTEG BAHARI

M. FIROOS HILMI AL GHIFARY



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Model Bisnis dan Strategi Pengembangan *Franchise* Warteg Bahari” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

M. Firoos Hilmi Al Ghifary
K1401201020

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

M. FIROOS HILMI AL GHIFARY. Perancangan Strategi Berdasarkan Analisis Model Bisnis *Franchise* Warteg Bahari. Dibimbing oleh RIZAL SYARIEF dan SUHENDI.

Franchise merupakan salah satu model bisnis yang banyak diminati. Namun, di balik banyaknya peminat sistem waralaba, terdapat tingkat kegagalan yang cukup tinggi. *Franchise* Warteg Bahari merupakan salah satu bentuk modernisasi dari warung tegal tradisional yang identik dengan kalangan menengah kebawah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis yang dijalankan oleh *franchise* Warteg Bahari dan menyusun strategi alternatif yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Metode yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pihak *franchisee*. Penelitian ini menghasilkan tujuh kekuatan, enam kelemahan, enam peluang dan enam ancaman serta sebelas strategi rekomendasi bagi bisnis *franchise* Warteg Bahari. Strategi yang direkomendasikan merupakan strategi prioritas berupa memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan merekomendasikan warteg kepada teman dan keluarga, membuat diversifikasi menu agar pelanggan tidak bosan, melengkapi fasilitas di warung dan menjaga kebersihan, dan bekerja sama dengan pemasok lain agar tidak terjadi ketergantungan.

Kata kunci: Business Model Canvass, *franchise*, strategi bisnis, SWOT, Warteg Bahari.

ABSTRACT

M. FIROOS HILMI AL GHIFARY. Strategy Planning Based on Analysis of Franchise Business Model Warteg Bahari. Supervised by RIZAL SYARIEF and SUHENDI.

Franchise is one of the most popular business models. However, behind the many fans of the franchise system, there is a fairly high rate of failure. Franchise Warteg Bahari is one of the modernization forms of the traditional tile store that is identical to the middle down. The research aims to analyze the business model run by the Bahari franchise Warteg and formulate alternative strategies that can improve the company competitiveness. The methods used are Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. Primary data is obtained through observations and in-depth interviews with the franchisee. The research produced seven strengths, six weaknesses, six opportunities and six threats as well as eleven recommendation strategies for the Warteg Bahari franchise business. The recommended strategy is a priority strategy of providing the best service for customers to recommend the warteg to friends and family, diversifying the menu so customers do not get bored, equipping the facilities in the bar andining hygiene, and working with other suppliers to avoid dependence.

Keywords: Business Strategy, Business Model Canvas, franchise, SWOT, Warteg Bahari

Judul Skripsi : Analisis Model Bisnis dan Strategi Pengembangan *Franchise*
Warteg Bahari

Nama : M. Firos Hilmi Al Ghifary
NIM : K1401201020

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Rizal Syarief, D.E.S.S.



Pembimbing 2:
Dr. Suhendi, SP, MM



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 16 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul Analisis Model Bisnis dan Strategi Pengembangan *Franchise* Warteg Bahari.

Dalam penulisan karya ilmiah ini banyak kesulitan yang ditemui, namun berkat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Rizal Syarief, D.E.S.S. sebagai ketua komisi pembimbing yang telah membantu memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Dr. Suhendi, SP, MM. sebagai anggota komisi pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.
3. Kepada kedua orang tua, yang telah memberikan kesempatan, semangat, dukungan moril dan materi selama pendidikan.
4. Muchamad Bachtiar, STP, MM., yang telah bersedia menjadi *expertise judgement* dalam penelitian ini.
5. Anita Primaswari Widhiani S.P., M.Si., yang telah berkenan menjadi dosen seminar memberikan masukan dalam penelitian ini.
6. Fuad Wahdan Muhibbin, S.Pi., M.M. dan Ir. Retnaningsih, M.Si., yang berkenan untuk menjadi dosen penguji yang memberikan masukan dalam penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu pengelola *Franchise* Warteg Bahari, yang telah bersedia diwawancarai oleh penulis di sela kesibukannya mengurus warung.
8. Rekan satu bimbingan yang telah berjuang bersama, Fadhil, Zidan, Farel, Raina dan Atika.
9. Sahabat terdekat penulis selama masa perkuliahan, Icis, Abay, Rani, Feisal, Victor, Niko, Prima, Eza, Aryo, dan Hekma.
10. Rekan mahasiswa SB57, yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

M. Firoos Hilmi Al Ghifary

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Analisis Model Bisnis	4
2.2 Strategi Pengembangan Bisnis	4
2.3 <i>Franchise</i>	4
2.4 Warung Tegel	5
2.5 <i>Business Model Canvas</i>	6
2.6 Analisis SWOT	8
2.7 Penelitian Terdahulu	9
2.8 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	13
3.1 Waktu dan Tempat	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Metode Pengumpulan Data dan Informasi	13
3.4 Responden Penelitian	14
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Karakteristik Warteg Bahari	17
4.2 BMC Warteg Bahari	20
4.3 Analisis SWOT	24
4.4 Perumusan Strategi Alternatif	26
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Relevansi penelitian terdahulu	11
2	Jenis dan sumber data	13
3	Elemen BMC dalam SWOT	15
4	Hasil pemetaan elemen BMC pada SWOT	24
5	Hasil analisis matriks SWOT	27
6	Strategi prioritas	31

DAFTAR GAMBAR

1	Diagram Business Model Canvas (BMC)	6
2	Kerangka pemikiran	12
3	Matriks SWOT	15
4	Alur pendaftaran terwaralaba	18
5	BMC 0	20
6	BMC 1	32

DAFTAR LAMPIRAN

1	Pertanyaan terwaralaba Warteg Bahari	41
2	Daftar pertanyaan dengan pelanggan Warteg Bahari	44
3	Pertanyaan strategi prioritas dengan terwaralaba Warteg Bahari	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.