

ANALISI MANAJEMEN STRATEGI USAHA WARALABA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS MINUMAN COKLAT

(Studi Kasus Usaha Waralaba Chocobean Cabang Kudus)

Oleh: Diyah Ayu Fitriyani

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pelaksanaan usaha waralaba Chocobean Cabang Kudus. (2) Untuk mengetahui manajemen strategi Chocobean Cabang Kudus dalam menghadapi persaingan bisnis waralaba produk minuman coklat.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *field research*. Bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang tujuannya untuk menerangkan kondisi apa adanya tentang manajemen strategi, dengan mengambil latar di Chocobean Cabang Kudus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan mengadakan triangulasi dengan menggunakan sumber dan metode yang berbeda.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pelaksanaan usaha waralaba waralaba Chocobean Cabang Kudus tidak terjadi penyimpangan. Franchisee Chocobean Cabang Kudus mematuhi aturan-aturan yang telah ditentukan sehingga tidak terjadi permasalahan dalam pelaksanaan bisnis waralaba ini. Pihak manajemen Chocobean pusat sudah berusaha sebaik mungkin untuk membantu franchisee untuk keluar dari lingkaran kerugian agar tetap dapat melaksanakan usaha waralaba dan bersaing dengan usaha sejenis. (2) Manajemen Strategi Chocobean Cabang Kudus dalam menghadapi persaingan bisnis waralaba minuman coklat yang dirasa paling tepat bagi Chocobean Cabang Kudus melalui analisis lingkungan internal yakni dengan melakukan promosi yang lebih gencar, memperbesar anggaran iklan, melakukan pelatihan sesuai dengan job karyawan secara intens, meningkatkan standart dan mutu operasional, dan menambah jumlah tenaga kerja operasional dan fasilitas yang ada. Melalui analisis lingkungan eksternal yakni dengan melakukan promosi yang lebih gencar dan meningkatkan kualitas pelayanan Melalui analisis SWOT diperoleh alternatif strategi yang cocok diterapkan di Chocobean Cabang Kudus yakni strategi intensif dengan penetrasi pasar, dengan melakukan promosi yang lebih gencar. Pelaksanaan strategi ini terbukti dapat meningkatkan penjualan sebesar 30%.

Kata Kunci : *Manajemen Strategi, Persaingan Bisnis.*